



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



Escola Tècnica  
Superior d'Enginyeria  
Informàtica

Escola Tècnica Superior d'Enginyeria Informàtica  
Universitat Politècnica de València

# **Empresa Virtual En El Sector Turístico: Catchme.com**

Proyecto Final de Carrera

Ingeniería Técnica en Informática de gestión

**Autor:** Dora Cebolla Perelló

**Director:** Fernando José Garrigós Simón

José Onofre Montesa Andrés

18 de Septiembre del 2015

# Índice

---

1. INTRODUCCIÓN.....	5
1.1 Resumen .....	5
1.2 Justificación .....	8
1.3 Estructura .....	9
2. LA IDEA.....	16
2.1 Misión, Visión y valores de la empresa .....	17
2.2 Características del sector.....	18
2.3 Hacia donde se dirige el mercado actual .....	22
2.4 Motivación .....	23
3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO .....	24
3.1 Análisis del entorno (PESTEL).....	24
- Factores Políticos .....	25
- Factores Económicos .....	27
- Factores Socioculturales.....	29
- Factores Tecnológicos.....	31
- Factores Ecológicos .....	33
- Factores Legales .....	34
3.2 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter.....	35
- Amenaza de entrada de nuevos competidores .....	36
- Poder de negociación de los proveedores .....	37
- Poder de negociación de los consumidores.....	37
- Amenaza de ingreso de nuevos productos sustitutivos.....	38
- Rivalidad entre competidores.....	39
3.3 Cadena de Valor .....	39
3.4 Análisis DAFO .....	41
- Amenazas y Oportunidades.....	41
- Fortalezas y Debilidades.....	42

4. PLANES ESTRATÉGICOS Y OBJETIVOS.....	45
4.1 Estrategias de la empresa .....	45
- Estrategias corporativas .....	46
- Estrategias de competitivas y de crecimiento .....	46
- Estrategias funcionales.....	47
4.2 Objetivos de la empresa .....	47
- Objetivos a corto plazo .....	48
- Objetivos a largo plazo .....	49
5. FORMA JURÍDICA, LOCALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN EN PLATA.....	50
5.1 Forma jurídica.....	50
5.2 Localización .....	53
5.3 Distribución en planta .....	55
6. RECURSOS HUMANOS Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	57
6.1 Recursos humanos .....	57
- Análisis del puesto de trabajo individual .....	57
- Motivación .....	59
- Liderazgo.....	60
6.2 Estructura organizativa y organigrama.....	63
7. CREACIÓN DE LA PÁGINA WEB .....	65
7.1 Tecnologías utilizadas .....	65
7.2 Página Web .....	71
8. PLAN DE MARKETING .....	78
8.1 Segmentación del mercado .....	78
8.2 Producto o Servicio.....	80
8.3 El precio.....	80
8.4 Promoción .....	82
8.5 Distribución .....	85

9. PLAN DE FINANCIACIÓN.....	87
9.1 Balance de situación previsional.....	87
9.2 Resultados previsionales .....	90
9.3 Análisis de inversión VAN-TIR .....	99
9.4 Análisis de Ratios .....	101
10. CONCLUSIONES .....	105
11. BIBLIOGRAFÍA.....	107
12. ANEXOS.....	115

# 1. Introducción

---

En el presente proyecto vamos a crear una empresa, por lo que de una manera ordenada y exhaustiva expondremos todos aquellos aspectos generales que tenemos que tener en cuenta a la hora de poner en marcha todo negocio.

Junto a ello también desarrollaremos todas aquellas cuestiones que, siendo más específicas, nos servirán para activar un negocio de las características concretas que nos hemos propuesto para nuestra empresa: las características propias del comercio electrónico. Así, y mediante el ejemplo de nuestro negocio, esperamos presentar una manera fácil, sencilla y rápida para que cualquier empresa, sea del sector que sea al que se dedique, pueda ampliar sus ventas mediante un nuevo instrumento que cada vez tiene más implantación en la sociedad actual: el e-business.

En concreto, la empresa que aquí proponemos será una compañía que aúne las ventajas del comercio electrónico con las de los comercios de proximidad; por ello, nos atrevemos a afirmar que proponemos un nuevo modelo de empresa, híbrido entre la tradicional y aquellas que durante la última década están proliferando bajo el amparo de Internet.

Aunque a lo largo de estas páginas iremos desgajando la estructura, motivaciones, objetivos y finalidad de nuestra empresa, a modo de resumen, podemos decir que su idea básica es la siguiente: aunar a las pequeñas y medianas empresas en un centro comercial virtual, que sirva de plataforma a estas empresas para que se puedan publicitar y para que aumenten sus ventas; al mismo tiempo, el cliente recibirá “recompensas” por comprar en esas tiendas, ya que desde nuestra web podrá descargarse descuentos y ofertas que podrá utilizar en las tiendas asociadas. Es decir, nuestra compañía se encargará de acercar a los pequeños comercios las estrategias comerciales y ventajas electrónicas que ya utilizan las grandes superficies comerciales y que, por sus costes, sólo estas grandes marcas pueden permitirse.

## 1.1. Resumen

---

Concretando más en la idea de empresa que vamos a desarrollar progresivamente en este proyecto, partiremos de estas premisas para entender qué tipo de empresa estamos proponiendo:

En nuestros pueblos y ciudades existen multitud de pequeñas y medianas empresas, que verdaderamente son el motor económico de nuestra sociedad. Cada PYME, por separado, no tiene la fuerza ni los recursos necesarios para poner en marcha campañas de marketing ni de e-bussines que le permitan aumentar sus ventas (entre otras cosas, por el desembolso económico que suponen).

Las grandes superficies comerciales (centros comerciales en los que solo encontramos tiendas de unas pocas empresas multinacionales como Inditex, Celio..., centros de bricolaje como Leroy-Merlin, grandes superficies de venta de electrodomésticos y electrónica como Media-Mark...) sí que invierten anualmente miles de euros en promociones, portales digitales, marketing... y pueden hacerlo porque saben que ello les repercutirá en un margen de beneficio que sobradamente les va a cubrir la inversión realizada.

Estas acciones de marketing y de e-bussines de los grandes centros comerciales están acabando con gran parte de los negocios PYMES, algunos de ellos tradicionales ya en nuestros barrios o municipios.

Con la idea de empresa que aquí proponemos, vamos a aunar los esfuerzos de todas las PYMES que quieran asociarse con nosotros para realizar acciones comerciales y de marketing similares a las de las grandes superficies. Está claro que, por volumen de compra de productos para su venta, los precios de un mismo producto en una de nuestras tiendas asociadas muchas veces no podrán ser igual que el del mismo producto que se compra en un gran almacén o superficie comercial. Sin embargo, estas grandes superficies no pueden tener un elemento que las PYMES sí que tienen: la atención personalizada y el trato cercano con el cliente, por lo que nosotros nos valdremos de esto para aumentar nuestras ventas (junto a las ya mencionadas, acciones promocionales).

Pero, ¿cómo aunaremos a todas esas PYMES? Para poder hacerlo, crearemos un portal web en el que estarán todas ellas integradas. El usuario podrá buscarlas bien por área de negocio (es decir: moda, estética, deporte, vacaciones...) o bien por su ubicación física (tiendas situadas en Ondara, o situadas en Javea, o en el barrio en concreto...).

Las tiendas que lo deseen, podrán vender sus productos a través de nuestro portal. A todas las PYMES integradas en nuestra empresa se les va a exigir que apliquen descuentos y promociones para aquellos usuarios que estén dados de alta en nuestra empresa (dados de alta en nuestro portal web). Así, el consumidor estará interesado en visitar nuestra web para obtener esas

ventajas comerciales, y al visitar nuestro portal web es como si ya estuviera dentro de nuestro Centro Comercial: además de una tienda determinada, visitará otras tiendas, consultará precios de productos, se descargará más descuentos de los necesarios por si los necesita en el futuro...

Pero la verdadera importancia de nuestra empresa es que venderemos una marca de la que se beneficiará el consumidor: igual que El Corte Inglés es, hoy por hoy, sinónimo de buena calidad en sus productos, nosotros deberemos hacer que el usuario también relacione nuestra marca (empresa) con “buena calidad”; por ello, los negocios integrados en nuestra empresa también recibirán por parte del consumidor ese apelativo de “buena calidad”.

Así, con nuestra empresa hemos logrado que la peluquería de nuestro pueblo que esté asociada con nosotros (sólo permitiremos un negocio del mismo tipo dentro de una determinada zona geográfica) aumente su número de clientes, pues si cortarse el pelo vale 15€ en todas las peluquerías, ¿por qué no descargarse desde nuestra web un vale y que nos cueste 10€? U otro ejemplo: si salimos a cenar por Valencia a una pizzería, ¿qué más nos da ir a la de una calle o a la de otra (siempre que nos ofrezcan una buena calidad y servicio)? Por ello, ¿dónde optaremos por ir? ¿A una pizzería en la que la cena nos cueste 25€ o a otra en la que, con un vale, nos cuesta 20€ o nos regalan una copa tras la cena? O si vivimos en Ondara y queremos comprar una bici, ¿dónde nos la compraremos, en aquella tienda que por el mismo precio sólo nos ofrecen la bici, o en la que por ese precio nos regalan un casco y unas coderas?

Está claro que las empresas asociadas deberán invertir cierto capital en las promociones, pero como veremos, ello les repercutirá en un mayor beneficio. Y por nuestra parte, por cada venta que realicen y en la que nosotros hayamos sido intermediarios (compra electrónica, utilización de vales descuentos, promocionales...) obtendremos una pequeña comisión que nos permitirá generar beneficios.

Esta es la idea general, y a grandes trazos, de la empresa que vamos a desarrollar en este proyecto. Pero para ello, deberemos entrar ya en materia; así, aprovecharemos esta introducción para dejar claro desde el principio el siguiente concepto:

El máximo exponente de cualquier empresa que tiene como ámbito de acción el entorno Internet, es una aplicación Web que acercará nuestro comercio a un público potencial de millones de usuarios: todos aquellos que mediante un ordenador y un clic del ratón quieran navegar hasta nuestra Website. Una aplicación de este tipo conlleva varias ventajas a tener en cuenta en nuestro negocio:

Para los clientes: se les entrega una nueva modalidad de compra, aquella que les permite visualizar los artículos disponibles en nuestro negocio a través de la pantalla de su ordenador, y posteriormente –si así lo desean- les ofrece la posibilidad de realizar sus compras sin salir de casa y sin tener que enfrentarse a las convenciones sociales que comporta realizar una compra en un comercio físico (arreglarse, tomar medios de transporte, interactuar con un dependiente...).

Para la empresa: una aplicación Web permitirá a aquel personal autorizado, que suelen ser los empleados mismos de la empresa, realizar toda una serie de acciones para optimizar la marcha de nuestro negocio; aquí podemos citar la inserción de nuevos ítems en la base de datos de los productos de nuestra empresa, la rápida corrección de aquellos datos que sean erróneos y que puedan aparecer en el registro de algún cliente, el modificación de los pedidos realizados mediante la aplicación on-line, y un largo etcétera de posibilidades.

## 1.2. Justificación

---

Dos han sido los motivos que nos han llevado a decantarnos por este Proyecto Final de Carrera, con el que esperamos aprender y mejorar en cada uno de estos aspectos. En un primer lugar nos hemos fijado en el Comercio Electrónico ya que es un sector que cada vez está más en auge y que, dado el nivel de implementación de las nuevas tecnologías a nuestra vida diaria, podemos augurar que se convertirá en uno de los principales sectores económicos del futuro. Este motivo nos dio mucha seguridad a la hora de emprendernos en un negocio más innovador y no tan tradicional. Además de todo esto el proyecto también fue pensado con la idea de que la gente pudiera obtener unos descuentos por compras que iba a realizar de todas formas. Esta idea nos vino por la crisis que hemos tenido en España. Pensamos que la situación que hemos pasado hemos aprendido la mejor de comprar, comparando y viendo otras alternativas. En muchos aspectos nos ha reeducado a la hora de comprar. Entonces pensamos en juntar una serie de Pymes, con la mayor variedad posible, en una plataforma web o tienda virtual donde se pudieran descargar unos descuentos desde donde estés. Vimos que era bastante factible esta combinación, la de comprar y a la vez obtener unos descuentos. Además tenemos la suerte de contar con la tecnología, es decir, la accesibilidad y la comodidad de hacerlo desde casa y un ahorro por tus compras en distintos sectores, principalmente del turismo pero nos gustaría que llegara a ser también en sectores que utilizemos el día a día.



En segundo lugar, hemos optado por desarrollar este Proyecto mediante la supuesta puesta en marcha de una empresa para así ir adquiriendo los conocimientos necesarios para ello. Nos gusta mucho el concepto de empresa virtual<sup>1</sup> ya que es un concepto muy novedoso y que en los tiempos que corren es la forma ideal y la que se acopla mejor a las necesidades de los clientes.

A nivel personal quiero destacar que, con esta iniciativa, es la primera vez que me enfrento de una forma profesional a una aplicación real por lo que se refiere a la programación de una Website. Sin embargo, también debo resaltar que la especial motivación que me ha supuesto ir descubriendo a cada paso nuevas posibilidades y formas de trabajo, es lo que me ha permitido complementar y ampliar gran parte de las nociones previas que tenía sobre el tema.

## 1.3. Estructura

---

A la hora de elaborar este proyecto final de carrera, y tras un largo proceso de meditación, hemos decidido estructurarlo en 12 bloques o temas diferentes; en cada uno de ellos nos centramos en un aspecto que será decisivo tanto en el desarrollo de nuestra propia empresa como en la puesta en marcha de toda empresa, sea del tipo que sea (como ya hemos apuntado nuestra empresa sólo es la excusa para mostrar, mediante un ejemplo, todo aquello que deberemos tener en cuenta a la hora de poner en marcha un negocio) y reflexionar sobre ello.

### 1. Introducción

---

Este es en el apartado donde nos encontramos ahora. En él, además de exponer a groso modo cuál va a ser la tipología de empresa a desarrollar en todo el proyecto, hemos querido reflexionar sobre las motivaciones que nos han llevado a pensar en ese tipo de empresa y no en otro.

Aquí, además, presentamos cómo se va a estructurar todo el trabajo que ahora tiene entre las manos. Por último, hemos querido concluir la introducción poniéndonos mano a la obra y explicando cuáles van a ser los objetivos de nuestra empresa: que el consumidor ahorre comprando con nosotros, mientras que las PYMES que se asocien a nosotros vean incrementado su volumen de negocio.

---

<sup>1</sup> Gracias a los artículos vistos el 2 de Febrero que salen en la bibliografía, podemos confirmar que es un negocio novedoso y buenas expectativas de futuro.

Tras ello, y a manera de breve esquema, también damos unas primeras pinceladas de cuál va a ser la metodología de actuación de nuestra empresa, así como de la motivación de la empresa, contestando a la pregunta ¿por qué razón queremos crear este negocio?

## 2. La Idea

---

En este capítulo se explicará realmente cuál es la idea de nuestro negocio, en el que no se va a vender nada pues nosotros lo que haremos es ofrecer un servicio. Este tema ayudará al lector a comprender completamente cuál es el modelo de negocio que proponemos y cómo va a funcionar –pues entendemos que, al no tratarse de un negocio tradicional, sino a una nueva visión resultante de la fusión de lo clásico con las nuevas tecnologías, la idea de negocio propuesta puede no quedar clara hasta que no se trate en este apartado.

Junto a ello, aquí también apuntaremos qué espectro de la población va dirigido nuestro negocio: a personas mayores de edad de cualquier condición y origen social que estén interesadas en ahorrar dinero en sus compras diarias. Y también veremos qué PYMES podrán formar parte de nuestra empresa: las interesadas en construir relaciones duraderas con sus clientes y que estén dispuestas a ofrecer una garantía de calidad en sus productos y trato con el usuario. Así, observaremos cómo se teje una red de relaciones entre clientes y establecimientos que se basa en los valores aportados por nuestra empresa.

Terminaremos este apartado apuntando la estrategia a seguir por nuestro negocio: la progresiva implantación geográfica, que le permitirá ir consolidándose en un área como elemento de referencia antes de emprender la aventura de abrir una nueva zona de mercado.

## 3. Análisis Estratégico

---

Hemos optado por dividir este capítulo en dos partes bien diferenciadas pero que, al mismo tiempo, están muy conectadas entre sí (hasta el punto que una cada una de esas partes influye directamente sobre la otra). En concreto, lo que pretendemos en este apartado es ofrecer una completa disección de nuestra empresa para saber qué factores fundamentales tenemos que tener en cuenta a la hora de ponerla en marcha. Esos factores, como acabamos de apuntar pueden ser de dos tipos:

Por una parte tenemos los agentes externos, que incidirán directamente sobre las oportunidades que tiene nuestra empresa y sobre las amenazas que se le plantean.

Aquí se analizará el macro-entorno en el que va a actuar nuestra empresa para identificar todos aquellos factores que pueden afectar a diferentes variables vitales de la compañía. Actuaremos examinando ese entorno mediante el análisis PESTEL que se fija en aquellos factores sobre los que la empresa no tiene un control directo, como son el entorno político, el económico, el entorno social, el tecnológico, el ecológico y por último el entorno legal; su resultado nos evidenciará toda una serie de herramientas que nos ayudarán a preparar los planes estratégicos y el plan de negocios de la empresa que estamos creando.

Llegados a la última parte de este punto, relacionaremos los resultados del análisis PESTEL con otra herramienta importante de planificación a la hora de pensar en un negocio: el modelo de las cinco fuerzas de Porter. Aquí veremos como la diferente relación entre compradores y vendedores, así como las diferentes estrategias para competir que pueden desarrollar entre si las empresas de un mismo sector, influyen decisivamente en el éxito de una compañía, por lo que se deben tener bien en cuenta a la hora de realizar la planificación de nuestro negocio.

Y por otra parte, también deberemos considerar toda una serie de agentes internos, que darán como resultado las fortalezas y debilidades de nuestra empresa.

Tras haber analizado el entorno en el que va a desarrollarse nuestra empresa, y que influirá decisivamente en su organización, pasaremos a realizar un estudio interno de nuestra propia firma para localizar todo aquello que supone una debilidad y lo que representa una fortaleza en nuestra compañía. Para poder alcanzar nuestro objetivo, también nos detendremos un momento en analizar lo que se entiende por “valor” y por “cadena de valor”.

Este capítulo finalizará presentando una relación de cuáles son las fortalezas y debilidades que hemos encontrado para el modelo de negocio que proponemos.

## 4. Plan Estratégico y Objetivos

---

En la primera parte de este capítulo hablaremos sobre los objetivos de la organización. Tanto de los objetivos a corto plazo como de los objetivos a largo plazo. Los planes a corto plazo como el nombre indica son los que se realizarán nada más abrir la empresa y con mucha confianza de que se lleguen a realizar. Sin embargo los planes a largo plazo son para tener una idea o guía

de qué planes seguir, pero no es a ciencia cierta que se lleguen a cumplir. En este caso somos optimistas pero a la vez realistas.

En la siguiente parte de este capítulo, el del plan estratégico, nos centraremos en las tácticas que nos servirán para superar a nuestros competidores, bien para obtener un aumento del tamaño de nuestra empresa, bien de sus beneficios o bien de su rentabilidad. Por ello, analizaremos las tres estrategias competitivas básicas (Estrategia de Liderazgo de Costes, Estrategia de Diferenciación del Producto) y veremos cómo se aplican cada una de ella a nuestra propuesta de negocio.

Junto a ello, en este apartado también se verán las diferentes estrategias corporativas a seguir por nuestra empresa y que nos permitirán crear, desde el principio, una marca sólida que sirva de referencia en el mercado en el que vamos a hacer incursión: el del comercio electrónico. Debe ser un objetivo, desde un primer momento, el proponernos crear una empresa sólida, seria, competitiva y que sea sinónimo de calidad; y las estrategias corporativas nos van a servir para alcanzar nuestra finalidad.

## 5. Forma Jurídica, Localización y Distribución en planta

Como bien indica el nombre de esta sección, en esta parte del proyecto expondremos qué forma jurídica va a tener nuestra empresa, y todos aquellos aspectos legales que debemos considerar a la hora de ponerla en marcha, como son conseguir una Licencia de Apertura, dar de alta en la Seguridad Social a nuestros trabajadores, legalizar los Libros de Visita...

Además, en este capítulo se complementará con la descripción de la localización física de nuestra empresa. Veremos cuáles serán los condicionantes que influirán en la búsqueda de la mejor localización de nuestro negocio, lo que puede ser decisivo a la hora de tener éxito. Sin embargo, en nuestro caso también deberemos tener en cuenta que por tratarse de una plataforma digital, la localización no será tanto un elemento de triunfo en nuestro negocio, pero sí que nos permitirá una cómoda rutina laboral para nuestros trabajadores.

Y por último veremos cómo distribuiremos nuestro local, cuantos despachos tendremos, los metros cuadrados que necesitaremos. En esta parte aportaremos una ilustración con toda la distribución del local para que de esta manera sea más fácil de reconocer.

## 6. Recursos humanos y Estructura de la organización

---

En este capítulo primero hablaremos del departamento de recursos humanos. Empezaremos analizando el puesto de trabajo de forma individual. Es decir, analizaremos los cuatro departamentos que compondrán nuestra empresa en el momento de nacer: Dirección, Departamento de Informática, Departamento Comercial y Departamento de Administración.

También cabe mencionar dos conceptos fundamentales en este apartado. Se trata de la Motivación y el Liderazgo. Estos dos conceptos son clave para el buen funcionamiento de una empresa, tanto en sus inicios como a través de sus años de historia. Por ello hemos creído muy importante analizar y reflexionar en torno a la Motivación y a la Dirección: saber a qué se refieren, cómo de importantes son en una compañía, y cómo deben alimentarse diariamente.

Por otra parte, en este capítulo llegaremos al momento de exponer cuál va a ser la estructura de organización de nuestra empresa. Si es verdad que en un principio va a contar con una estructura bastante simple debido a sus reducidas dimensiones, también es cierto que a medida que nuestro negocio vaya expandiéndose se deben estudiar y plantear otras formas estructurales que permitan mayores beneficios empresariales.

## 7. Creación de la Página Web

---

En este octavo capítulo de nuestro proyecto vamos a hablar de nuestra página web o lo que es lo mismo nuestra “Tienda virtual”. Esta es la parte más visual del proyecto y la más divertida, porque es donde se puede ver el resultado final.

Gracias a este portal web podremos hacer que los usuarios se registren, que obtengan los descuentos para poder ir a los comercios a canjearlos, podrán ver todas las ofertas que realizan nuestros establecimientos asociados...

## 8. Plan de Marketing

---

Aquí abordaremos cuál será la estrategia de Marketing Mix seguida por nuestra compañía, fijándonos en las Cuatro P's (Producto, Precio, Promoción y Distribución) como factores variables clave para una adecuada toma de decisiones en la comercialización de un servicio o producto en su correspondiente mercado.

Realizar una segmentación del Mercado, de los clientes a los que va a dirigirse nuestra propuesta, tener claro los diferentes productos y servicios que debemos ofrecer para llegar a todos los niveles de ese Mercado, y el precio al que deben ofrecerse nuestros productos (teniendo en consideración la política de descuentos y de vales, las gratificaciones que el cliente puede recibir) son elementos clave para que nuestra empresa –al igual que otras- tenga éxito.

Junto a todo esto, en este tema veremos cuál es la importancia de realizar una buena promoción para que nuestra empresa consiga sus objetivos comerciales. Por último, observaremos cómo la distribución de un producto es decisiva para el buen funcionamiento de un negocio, y cómo sobre nuestra empresa recaen dos características fundamentales: que podemos realizar una venta directa, al mismo tiempo que la ubicación del cliente no tiene importancia.

## 9. Plan Financiero

---

Es el Plan Económico Financiero que debemos realizar antes de poner en marcha un negocio, para saber su viabilidad y su proyección en el futuro. Creemos que es fundamental elaborar esta tarea desde el mismo momento en el que nos planteamos fundar un negocio.

Para poder realizar ese Plan, en este capítulo expondremos lo que es un Balance, qué son los Activos con los que puede contar una empresa (tanto los no corrientes como los corrientes), y qué se entiende por Pasivos. También veremos cómo debe realizarse una previsión de ventas y de gastos para saber si nuestro negocio va a funcionar bien o, a todas luces, va a ser un fracaso por su poca rentabilidad. Es decir, de lo que se trata aquí es de saber a tiempo si vale la pena destinar unos recursos para poner en marcha un negocio.

## 10. Conclusiones

---

Vemos conveniente después de todos los análisis, estrategias, planes financieros...que hemos realizado para poder crear nuestra empresa, tratar de hacer una buena conclusión a modo resumen sobre todo lo que hemos aprendido al realizar este proyecto. Además de unas conclusiones personales.

## 11. Bibliografía

---

Por último, y como es preceptivo, terminaremos nuestro proyecto citando todas aquellas fuentes de las que hemos bebido y que nos han servido como refuerzo para elaborar este trabajo.

En ellas, encontraremos tanto artículos y manuales en soporte clásico como en soporte digital (en cuyo caso, también incluimos su enlace por si se desea consultar en línea).

## 2. La idea

---

Todo proyecto empresarial parte de una idea, que se puede considerar como la base de dicho proyecto. Por eso, para conseguir que nuestro proyecto de negocio tenga éxito es fundamental partir de una buena idea, ya que ello nos permitirá por una parte creer en el negocio y esforzarnos al máximo para ponerlo en marcha.

Por ello, nos atrevemos a decir que lo más complicado a la hora de montar un proyecto empresarial es partir de una buena idea. Esas ideas de negocio pueden proceder de diversos ámbitos, como nuestra propia intuición, de la observación del medio que nos rodea, de los hábitos de la gente con la que nos relacionamos...

Antes de llegar a la idea final tuvimos que poner en práctica varios métodos para asegurarnos de tener una buena idea. Empezamos haciendo una lluvia de ideas. Al tratarse de una empresa virtual relacionada con el sector del turismo empezamos a pensar en agencias de viajes pero nos dimos cuenta que hay mucha competencia en la red. Después pensamos en como adquirir descuentos por hoteles, vuelos, restaurantes... porque pensamos que eso atrae mucho al cliente. Esa idea nos gusto pero teníamos que analizar cómo estaba el mercado y exactamente en nuestra zona.

Cuando empezamos a centrarnos en esa idea nos dimos cuenta que ya había algún tipo de negocio parecido al nuestro pero no igual. Entonces empezamos a analizar algunos negocios ya existentes en el mercado. Como es el caso de Groupon. Pero lo que nosotros queremos es ofrecer más calidad. Groupon ofrece grandes descuentos pero no siempre va ligado a la calidad. Nosotros hemos hablado con posibles empresas que les gustaría asociarse a nosotros antes que con Groupon porque primero no pueden hacer ese descuento descomunal que va desde 50% hasta el 90% ya que se trata de Pymes y no de grandes empresas. Y en segundo lugar prefieren mantener la calidad, como hemos mencionado anteriormente.

Una vez ya habíamos generado la idea, habíamos hecho el análisis de los negocios ya existentes en el mercado, nos faltaba investigar en nuestra área o zona geográfica para saber si era el sitio indicado. Y nos dimos cuenta que no hay ninguna empresa en la zona como la nuestra. Hay muchísimas donde te ofrecen actividades con descuento pero no te ofrecen lo mismo que nosotros.

Nosotros nos diferenciamos porque abarcamos diferentes sectores en distintas poblaciones. Y eso para el cliente es genial. Pero nosotros no solo pensamos en el cliente también queremos



ayudar a todas esas Pymes para lleguen a tener nuevos clientes y los clientes que ya tenía que estén más satisfechos. Llegados a este punto ya podemos establecer con seguridad cual sería la misión, visión y valores de nuestra empresa.

## 2.1. Misión, visión y valores de la empresa

---

La **misión** de Catchme es conseguir importantes descuentos de una manera rápida y cómoda para el cliente, siendo un intermediario virtual de prestigio de una gran variedad de comercios.

Es decir, Catchme es una empresa que en realidad no vende ningún producto sino que lo que realmente ofrece es un servicio de intermediación entre el cliente y los comercios. Así, al usuario se le ofrecerá un amplio abanico de establecimientos que venden productos de uso diario, en los que podrá comprar tanto a través de nuestra web como visitando físicamente el comercio, y por lo que ahorra dinero por una compra que iba a hacer de todas; y todo ello avalado con la garantía y el prestigio de Catchme, ya que los establecimientos adheridos a nuestra web deberán cumplir toda una serie de requisitos de satisfacción hacia el cliente.

Por tanto, nuestra empresa estaría dirigida a personas mayores de edad de cualquier condición y origen social que estén interesadas ahorrar dinero por sus compras. Y por otra parte tendremos a nuestras empresas asociadas, estas empresas estarán interesadas en construir relaciones duraderas con sus clientes, aumentar sus ventas y que estén dispuestas a ofrecer una cierta garantía de calidad en sus productos y trato con el usuario. Por tanto al reunirse estas dos partes, Catchme ha conseguido crear una red: red que es la base de nuestra compañía y que se sostiene gracias a un programa de lealtad que beneficia tanto a clientes como a empresas asociadas, por lo que ambas partes estarán interesadas en fomentar y cuidar esa red.

En resumen, la filosofía que constituye los cimientos de Catchme es la construcción de una comunidad fuerte en la que se vive un compromiso mutuo entre clientes y establecimientos adheridos: los usuarios comprarán en nuestros comercios por tener una serie de ahorros mientras que las empresas podrán obtener así un mayor número de clientes, lo que les ayudará a reactivar su economía.

La **visión** de Catchme es llegar a ser la plataforma de referencia para la contratación de cualquier producto o servicio a nivel internacional, con una imagen actual de confianza y seriedad.

Para conseguir nuestra finalidad, deberemos comenzar a entretener esa red de relaciones comerciales que será Catchme, en primer lugar nos dirigiremos a empresas y clientes a nivel comarcal. Con ello conseguiremos que nuestra empresa se consolide en una zona determinada y sirva de referencia dentro de ese ámbito geográfico concreto; ese sería un primer paso, ya que nuestras expectativas a largo plazo son llegar a ser una empresa a nivel nacional para que así un mayor número de usuarios puedan beneficiarse de nuestros descuentos, a la vez que un mayor número de establecimientos puedan beneficiarse de nuestros usuarios.

Por último, cabe destacar que también deberemos trabajar por mantener una constante actualización de las herramientas tecnológicas que utilizamos como sistema de comunicación con los usuarios (portal web, aplicación para el móvil...).

Junto a todo esto nos faltaría mencionar los **valores** de Catchme que formarán parte del sello de nuestra empresa. Entre los que se destacan:

- Seriedad: tratamos de ganarnos el respeto de nuestros clientes teniendo una plataforma con información real y verídica en todo momento.
- Economía: otro de los valores intrínsecos de Catchme será el de mejorar la relación calidad-precio, por lo que al cliente siempre se le ofrecerán aquellas empresas con la mejor alternativa entre la calidad de sus productos y lo que nos piden por ellos.
- Variedad: Catchme ofrecerá en todo momento la mayor alternativa de productos posibles, para que el cliente pueda elegir entre todos nuestros comercios asociados.
- Comodidad: En Catchme intentamos que nuestros clientes obtengan sus descuentos con el menor esfuerzo.
- Trabajo en equipo: en nuestra empresa se intenta la integración de cada uno de los miembros del equipo, promoviendo el ambiente positivo y participativo.

## 2.2. Características del sector

---

Satisfacer las necesidades de los clientes y hacer que las empresas vendedoras obtengan los resultados esperados de aumento de ventas o de reducción de costes, o ambos objetivos al mismo tiempo. Estas son las dos funcionalidades básicas que debe tener todo comercio que utilice Internet

como plataforma de venta de sus productos o servicios. Pero junto a estas dos, existe también toda una serie de funcionalidades que tampoco deben descuidarse:

- De entre ellas, una de las más importantes es la personalización, es decir, adaptarse a los gustos y necesidades de los clientes para ofrecerles aquello que realmente les interese. Para poder alcanzar este objetivo, entran en juego las llamadas “cookies”, que son ficheros que se envían al ordenador del cliente, donde se almacenan, y en los que se guardan datos de la sesión. Además de las cookies, existen otros elementos como certificados digitales, formularios donde se solicita el nombre de usuario y contraseña... de manera que se identifica a los internautas y a sus gustos, para poder ofrecerles una atención personalizada con aquello que realmente desean. De este modo, se identificaremos a los usuarios para darles mejor atención. Con esta información, que bien aporta el internauta directamente o bien se obtiene a través de los datos de su navegación por la red, se podemos personalizar los contenidos de nuestra web, mostrar la publicidad más adecuada según sus intereses, aplicar el programa de incentivos al que esté inscrito el cliente...
- Otras funcionalidades que no debemos perder de vista para nuestro negocio son las aplicaciones que facilitan la venta electrónica. Así tenemos, por ejemplo, las tablas de comparación de productos que permiten al usuario la elección del producto más adecuado a sus necesidades. Otra aplicación a poder incluir en nuestro portal serían los sistemas de cálculo automático de descuentos y aplicación de ofertas cuando se llega a un volumen determinado de compra. Y por supuesto, una funcionalidad que por nuestro tipo de negocio nunca puede faltar es la existencia de un carro de compra que persista en las diferentes sesiones que inicie un mismo usuario; así, si éste interrumpe su sesión de compra y se conecta en otro momento, siempre podrá tener presente todo aquello por lo que se había interesado.
- Por la característica misma de nuestro negocio, una tienda virtual, también debemos de tener bien presente una funcionalidad que se convertirá en básica para nosotros: los sistemas corporativos de información de la empresa. Aquí encontraremos elementos como los centros de llamadas que permiten atender personalmente a los usuarios, las aplicaciones que permiten gestionar un pedido on-line y de realizar su pago a través de los sistemas estándares ya establecidos para este tipo de abonos, aplicaciones que analizan los gustos de los consumidores y les ofrecen publicidad según sus preferencias.

Llegados a este punto, creemos interesante hacer un breve análisis del papel que tiene Internet en el ámbito turístico, sobre todo en una zona geográfica tan turística como es la de la Marina Alta. Todo ello teniendo en cuenta que tanto Internet como las comunicaciones móviles se han convertido, en poco tiempo (no más de unos 20 años) en los verdaderos pilares del desarrollo de la sociedad moderna, dado que cada vez son más el número de internautas y de personas que utilizan cualquier sistema de telecomunicaciones y menos los que están totalmente aislados de estas tecnologías.

Gracias a Internet, los límites físicos han desaparecido, desmoronándose las fronteras y creándose una economía global. Así, los proveedores pueden estar en una punta del planeta mientras que los clientes potenciales pueden ser todos los habitantes del mundo, gracias a la virtualización de las oficinas y negocios que, además, aportan la ventaja de la reducción de costes para la empresa en comparación con aquellas que sólo perviven “off-line”.

Pero no sólo son esos límites físicos los que han desaparecido en el ámbito de los negocios “on-line”. También han caído los límites temporales pues la velocidad del flujo de datos e información obliga a los negocios a responder al instante. En relación a esto, podemos citar las palabras de Flórez (2011; p.33-37): “el sitio Web es la carta de presentación de la empresa y debe inspirar seriedad, confiabilidad, responsabilidad y confianza, basada en el éxito de ventas por Internet, atendiendo con la mayor brevedad posible a sus clientes”. Así, a día de hoy, el feed-back<sup>2</sup> con los clientes debe ser inmediato, por lo que los pedidos, bases de datos, facturas... deben actualizarse al momento gracias a la digitalización de la información.

En resumen Internet nos permite por primera vez en la historia, la comunicación de muchos a muchos, a nivel global, y en un determinado momento que escogemos (Castells, 2001). Por ello, no es de extrañar que cada vez más gente se conecte a la red para diferentes usos, en lugares cada vez más diversos, y durante periodo de tiempo más largos.

De la relación entre Internet y el turismo, también cabe destacar como aspecto muy importante que la red se ha convertido en un canal preferente de distribución del sector turístico; así, productos y servicios turísticos como reservas de vuelo, de hotel, reservas en restaurantes, excursiones, entradas a espectáculos y un largo etcétera se pueden adquirir a través de los portales web de agencias de viajes, hoteles o páginas especializadas, como en cierto modo será nuestra Catchme.

---

<sup>2</sup> El feedback puede ser la reacción, respuesta u opinión que nos da un interlocutor.

Así, hemos comprobado que por un lado existen grandes grupos de consumidores con diferentes necesidades y que buscan diversos productos turísticos, y por otro también hay empresas (como la nuestra) dispuestas a satisfacer esas necesidades que se han convertido en un mercado cada vez más en alza. Por ello, podemos afirmar que Internet se ha convertido en un marco ideal para el intercambio de servicios turísticos, así como otros productos de consumo.

Pero las ventajas que aporta Internet al turismo, y al comercio en general, no sólo se reduce a todo lo expuesto más arriba. Desde hace unos pocos años la tecnología móvil ha irrumpido fuertemente en la vida de todos los consumidores, creándose un gran y joven e-commerce de bienes turísticos (y también de servicios y otros tipos de bienes) que tiene como sustento los dispositivos móviles como los smartphones y las tablets. Así, el número de españoles que se están conectando diariamente a Internet a través de estos dispositivos va en aumento, quedando atrás las conexiones con el ordenador. Resulta curioso, hojeando ese Barómetro Kayak<sup>3</sup>, que el 23% del total de búsqueda de hoteles y el 18% de las búsquedas de vuelos en Google España ya se realizan a través del móvil.

Por estos motivos más que nunca las empresas tenemos que estar a la última en cuanto a tecnología se refiere y en Catchme consideramos sumamente importante tener en cuenta esta premisa y, desde el primer momento, hacer que nuestra empresa esté adaptada a estas previsiones de mercado y su evolución; así, junto con nuestro portal web, nos gustaría tener en un futuro no muy lejano una App de nuestra empresa.

Para finalizar con este apartado 2.2. del presente trabajo final de carrera, llegamos a la conclusión que es la unión entre el sector turístico y el tecnológico la que permite, en gran medida, incrementar la competitividad de las empresas y mejorar la experiencia del turista.

Junto a ello, también deberemos tener muy presente que la correcta gestión de las redes sociales (Facebook, twitter, instagram...) y el desarrollo de perfiles relacionados con la Web 3.0 van a ser claves para el éxito de nuestra compañía, aspecto que nunca debemos descuidar. Sin embargo, esto tampoco no debe hacer descuidar el buen conocimiento directo del cliente, lo que nos permitirá gestionar de forma más óptima las herramientas a utilizar en la organización de Catchme.

---

<sup>3</sup> Elaborado con la colaboración de SEGITTUR, analiza como la revolución móvil unida a la situación económica actual han influido en la forma de consumir productos y servicios turísticos.

## 2.3. Hacia donde se dirige el mercado actual

---

De una manera contundente podemos afirmar que se dirige hacia las nuevas tecnologías. Las plataformas sociales, la movilidad y la conectividad son los factores que van a permitir al mercado seguir expandiéndose y conquistar nuevas cuotas en aquellos lugares o situaciones que hasta ahora no podían acceder. Por ello, y todo esto según las conclusiones del Informe ePyme 2013<sup>4</sup>, se recomienda a las empresas que quieran triunfar y sobrevivir en el comercio del futuro, que mejoren la formación de sus profesionales en movilidad y gestión de redes sociales, e inviertan en el uso de las nuevas tecnologías. Así pues, y como apunta el Informe ePyme 2013 al que hacemos referencia, el 77% de las pymes y grandes empresas de nuestro país usan Internet para obtener información sobre el comportamiento del mercado, de la competencia y de los propios usuarios. Este informe también nos aporta unos datos altamente significativos: El 100% de las pymes y grandes empresas y el 92,3% de las microempresas hacen uso del ordenador, mientras que el 100% de las pymes y grandes empresas, y el 91% de la microempresas disponen de conexión a internet de banda ancha (fija o móvil), que migra progresivamente a conexiones móviles 3G (y ahora ya, en 2015, a la cada vez más extendida 4G). Además, 64,3% de las pymes y grandes empresas proporciona a sus empleados acceso remoto al correo electrónico, documentos o aplicaciones de la empresa, mediante conexión a internet fija, inalámbrica o móvil.

Por todo lo expuesto, no podemos dudar ni un instante que el futuro del mercado, en cualquier sector al que se mire, está enfocado a las nuevas TIC; intentar desarrollar un negocio sin ellas es estar abocados al fracaso, al menos a nuestro entender. Cualquier empresa, por pequeña que sea, deberá estar accesible a través de la red y de las nuevas tecnologías, aunque sólo sea para dar a conocer que existe (si es que sus productos no pueden ser disfrutados a través de una web, como en el caso de un spa o un restaurante). Creemos que no estar en Internet va a convertirse en sinónimo de no existir; pero sin embargo toda empresa no podrá permitirse ni la tecnología ni la inversión necesaria para ofrecer un portal web a sus clientes. Aquí es donde entrará

---

<sup>4</sup> “Informe ePyme 2013. Análisis Sectorial de Implantación de las TIC en la PYME Española”, elaborado por Fundetec y el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) de Red.es; y presentado por Víctor Calvo Sotelo, secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información y presidente de Fundetec; César Miralles, director general de Red.es; y Alfonso Arbaiza, director general de Fundetec. La sexta edición de este informe ha sido elaborado a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), y pone en contexto la disponibilidad y el uso de herramientas tecnológicas en el tejido empresarial español, desde microempresas y pymes hasta grandes empresas que operan en diez sectores clave de la economía, y que representan el 75% del tejido empresarial español.

en juego Catchme, ofreciéndoles a las pymes esa herramienta que tan imprescindible les va a ser y que, sin la cual, va a ser difícil sobrevivir en el mercado actual, y en el que se avecina.

## 2.4. Motivación

---

Y, ¿por qué razón queremos crear esta empresa? Su función es dar a conocer los comercios de una zona geográfica determinada a usuarios que vivan o se muevan en esa zona concreta, con lo que los clientes obtendrán descuentos por ir a ellas (descuentos que no obtendrían por adquirir los mismos productos en otros establecimientos no adscritos a Catchme). Actuando así fidelizaremos a nuestros usuarios, quienes volverán a comprar en nuestras empresas e, incluso, podrán recomendarlas a un amigo o familiar. A todo ello se le debe sumar, además, un plus: el gran abanico de posibilidades que se le abren a una PYME a contar con un portal web potente en el que tener una tienda on-line.

Junto a ello, Catchme se fundamenta en la creación de relaciones duraderas que beneficien tanto a los comerciantes como a los usuarios. Por ello, a medida que crece el número de inscritos en Catchme, tanto de empresas como de clientes, los comerciantes verán aumentar sus ventas y, al mismo tiempo, ello les permitirá ofrecer mayores ventajas a los usuarios.

### 3. Análisis Estratégico

---

Llegados a este punto del Proyecto, y una vez expuestas las líneas de actuación de Catchme, es momento de llevar a cabo un análisis del macro-entorno en el que actuará nuestra empresa, así como de la propia compañía que vamos a fundar.

Esto nos permitirá identificar toda una serie de factores que afectarán a un número destacado de variables vitales de nuestra empresa; todo ello influirá de manera directa en aspectos tan esenciales como los niveles de oferta y demanda de nuestra website, así como en los costos reales que supondrá el poner en marcha la empresa y mantenerla operativa día a día, así como nos evidenciará los diferentes problemas internos a los que deberemos hacer frente si queremos que nuestro proyecto sea viable.

En la primera parte de este capítulo analizaremos los factores externos de nuestra empresa con el análisis de PESTEL, es decir, fijamos nuestra atención en todos aquellos factores sobre los que la empresa no tiene un control directo. En concreto son seis los factores o fuerzas en el que se fija: aquí tenemos los factores políticos, a los que se le suman factores económicos, factores sociales, factores tecnológicos, factores ecológicos y por último, los factores legales.

En segundo lugar haremos el análisis de las 5 fuerzas de Porter. Es un modelo que nos permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad. Es decir, analizaremos la rivalidad con los competidores para tratar de aprovecharlo y cambiarlos a favor de la empresa.

Y en la última parte de este capítulo gracias al análisis DAFO. Con este análisis lo que pretendemos es hacer un análisis interno exponiendo las fortalezas y debilidades, seguidamente de un análisis externo donde hallaremos las amenazas y oportunidades de nuestra empresa.

#### 3.1 Análisis del entorno (PESTEL)

---

Como se verá a continuación para este análisis hemos desarrollado un amplio número de herramientas de planificación estratégica lo que nos permitirá, de una manera real y fidedigna, el clasificar el vasto número de posibles situaciones que podrían impactar en el devenir comercial de Catchme.



Con este análisis PESTEL podremos examinar el impacto en la empresa de cada uno de los seis factores externos, a la vez que nos permite establecer la interrelación que existe entre ellos y cómo afectará dicha interrelación a nuestra empresa.

Este análisis se usa para clasificar varios factores del macro-entorno. Nos permite examinar el impacto en la empresa de cada uno de esos factores y establecer la interrelación que existe entre ellos. Los resultados que produce se pueden emplear para aprovechar las oportunidades que ofrece el entorno y para hacer planes de contingencia para enfrentar las amenazas cuando estamos preparando los planes estratégicos y el plan de negocios.

Las fuerzas del macro-entorno están conformadas por los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales sobre los que la empresa no tiene control directo.

## 1) Factores Políticos

---

España posee una forma monárquica parlamentaria y su poder es legislativo, el cual está representado en las Cortes Generales. Cuando hay que debatir o aplicar algunas leyes este proceso tiene que pasar por el Congreso de los Diputados para ser votado por todos los miembros de los partidos políticos allí presentes. Por tanto estamos hablando de que en España existe una democracia lo que hace que sea un país donde los ciudadanos tienen voz y voto, y por ello es considerado un país estable.

Como consecuencia de la estabilidad política anteriormente nombrada, el sector del turismo que afecta directamente a nuestra empresa es una pieza importante a tener en cuenta. Hace dos años el gobierno actual elaboró el Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015 (PNIT) para fomentar el turismo en España, que las empresas fueran más competentes... porque en los últimos años este sector se había visto dañado por culpa de la crisis, esto hizo que nos surgieran varios competidores. Este plan sí que nos afecta directamente porque si el turismo descendiera nuestras ventas también lo harían, por tanto es algo muy beneficioso para nuestra empresa. En las siguientes tablas vamos a ver cómo está España en distintos países como destino turístico.

Tabla 0: países en los que somos líderes como destino turístico.

País	Posición de España como destino turístico elegido	Notoriedad de marca Turística España
R. Unido	1º	50,5%
Alemania	1º	40,2%
Francia	1º	38,5%
Holanda	1º	35,2%

Fuente: Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

En esta primera tabla podemos ver países como Reino Unido, Alemania, Francia... que escogen a España como principal interés turístico. En estos países la marca España está muy bien valorada y muy bien posicionada por lo que podemos estar satisfechos de que en Europa, España es un buen país para pasar unas vacaciones, ya que somos un país con bastante seguridad, con unos precios competitivos, con una gran variedad de destinos desde las mejores playas hasta el mejor turismo de interior.

Por tanto que el gobierno elabore el Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015 nos beneficia mucho como empresa dedicada a dicho sector. Donde más hincapié quiere hacer el gobierno con el PNIT es:

- ✓ Incrementar la actividad turística y su rentabilidad.
- ✓ Generar empleo de calidad.
- ✓ Impulsar la unidad de mercado.
- ✓ Mejorar el posicionamiento internacional.
- ✓ Mejorar la cohesión y notoriedad de la marca España.
- ✓ Favorecer la corresponsabilidad público-privada.
- ✓ Fomentar la desestacionalización del turismo.

Todas estas características que ha adoptado el gobierno y que continuará empleando harán que nuestra empresa se beneficie en todos los aspectos. Si se incrementa la actividad turística tendremos más turistas y esto impulsará la economía en todo el sector incluido también el online que será por donde nosotros más nos moveremos. Otro aspecto importante de este plan será mejorar el posicionamiento internacional, aquí nosotros estaremos con ventaja respecto de otros empresas tradicionales porque gracias al estar en la red podrán ver nuestras ofertas desde

cualquier parte del mundo. En líneas generales todas las características de este plan nos benefician a corto y largo plazo.

Actualmente en España hay una economía mixta representada en los tres sectores (primario, secundario y terciario). Además de esto nos estamos recuperando de la pasada crisis económica, ya que los datos macroeconómicos son bastante positivos y se prevé una tendencia de crecimiento tanto a corto como a largo plazo. Lo que hace que a nivel empresarial se tenga más confianza a la hora de montar una empresa o pedir un préstamo bancario.

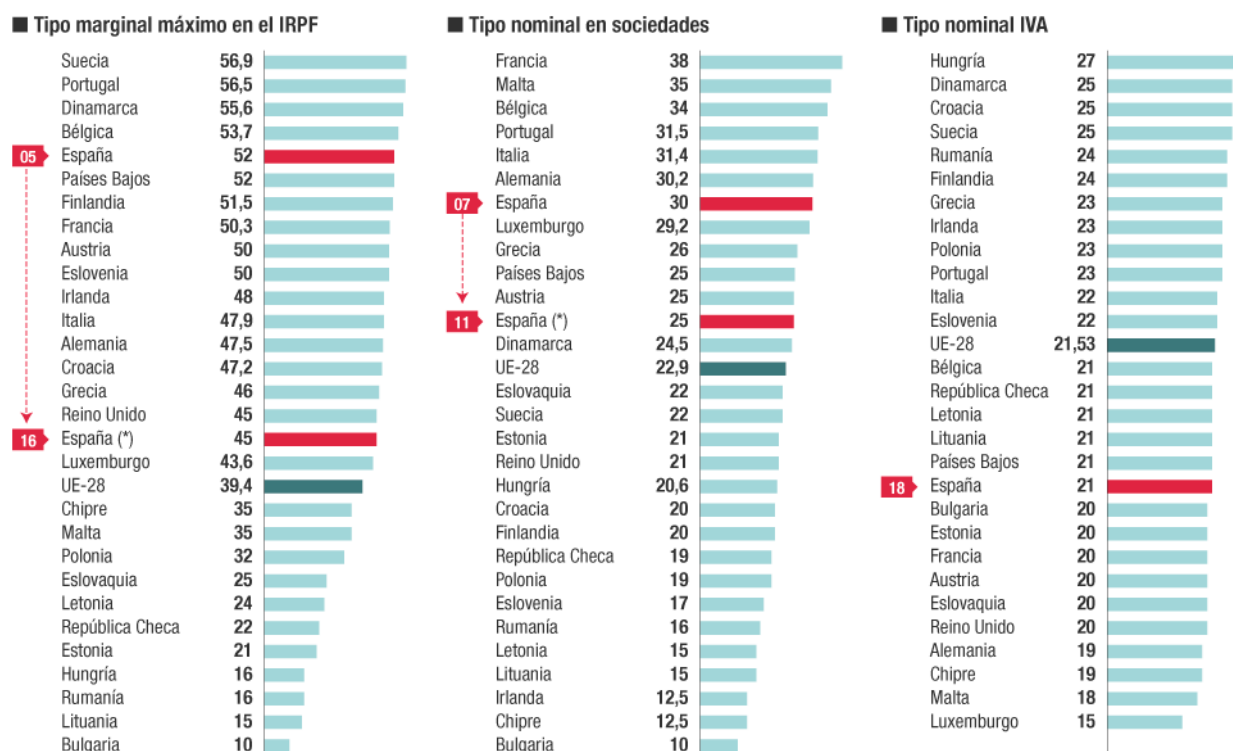
### **Comparación tributaria entre España y el de respecto Europa**

Tras la reciente reforma tributaria de Julio del 2015 en España ya no estamos por encima de la media en lo que a impuestos se refiere, lo cual es positivo a la hora de elegir a España en el que implantar nuestra empresa Catchme.

Como veremos en la siguiente tabla, en el IRPF y el impuesto de sociedades, partíamos de un tipo muy superior a la media europea y tras la reforma nos situamos por debajo de esta. Si hablamos del IVA, ha sido el único impuesto que se ha mantenido igual que antes de la reforma con un 21%, y aún así seguimos muy por debajo de la media europea, evidenciando la menor carga fiscal en el usuario final.

Todo lo que hemos mencionado anteriormente lo podremos encontrar en el siguiente gráfico de una manera más visual. Aquí veremos el ranking de España en comparación con el resto de países sobre los distintos tipos de impuestos.

Gráfico 1: Posición en España tras la reforma fiscal.



Fuente: La Comisión Europea.

Por todo lo comentado en este apartado de los factores políticos que afectan al entorno de nuestra empresa podemos concluir que España a día de hoy es un país seguro por su tipo de régimen, en el cual podemos instalar nuestra empresa con bastante facilidad. Y que además se están llevando una serie de reformas por parte del Gobierno para que en un futuro estemos en el top 10 de los países europeos.

Es por ello que creemos que España es el país idóneo para instalar un tipo de empresa como la nuestra, ya que se basa en los descuentos y ya que España acaba de salir de una crisis la gente está más concienciada por los gastos. Además de esto es un país con bastante buena proyección para los próximos años.

## 2. Factores Económicos

Ahora pasaremos a analizar los factores económicos que afectarían a nuestra empresa. Por lo que respecta a la economía, cabe destacar la situación pasada y actual de España. Nuestro país ha pasado por una crisis, y esto hizo que la economía no fuera estable. Lo que sucedió fueron dos cosas. La primera es que en nuestro país dependía casi toda su economía del sector de la

construcción y en 2008 con la llegada de la crisis este sector se vio muy afectado, por tanto afectando a otros sectores como el inmobiliario... y todos los que giran alrededor de la construcción. Esto hizo que el paro alcanzara cifras desorbitadas. Por otra parte, España empezó a tener problemas de liquidez porque gran parte de su economía dependía del sector inmobiliario. La mayoría de los bancos españoles dependían de este sector.

Todo esto hizo que en España se vivieran tiempos de gran inestabilidad y desconfianza por parte de la sociedad e hizo que el consumo se redujera por el temor a la incertidumbre. Por todos estos motivos el Banco Central Europeo tuvo que venir a nuestro rescate ayudándonos con los problemas de liquidez.

Pero hoy en día en el 2015 las cifras son más optimistas y esto es bueno para nosotros ya que si queremos abrir una nueva empresa esto nos da mucha más tranquilidad. Llegamos a esta conclusión gracias a un artículo que publicó el periódico El País el pasado mes de Marzo que la economía española está empezando a acelerar y que creció un 0,8% en los primeros meses del 2015.

## Producto Interior Bruto

El producto interior bruto es una cifra que nos indica como es de fuerte la economía en un país. En nuestro país según el Banco de España, el PIB está en 2,5% y si sigue con esa tendencia, a finales de este año podría llegar al 2,7%.

Tabla 1: Previsiones de la economía española.

	2013	2014	PREVISIÓN	
			2015	2016
PIB	-1,2	1,4	2,8	2,7
Consumo privado	-2,3	2,4	3,3	2,4
Consumo público	-2,9	0,1	-0,4	-0,1
Formación bruta de capital fijo	-3,8	3,4	5,9	6,7
Exportación de bienes y servicios	4,3	4,2	5,2	5,8
Importación de bienes y servicios	-0,5	7,6	6,2	6,3
Demanda nacional (contribución al crecimiento)	-2,7	2,2	3,0	2,7
Demanda exterior neta (contribución al crecimiento)	1,4	-0,8	-0,2	0,0
Empleo (puestos de trabajo equivalente)	-3,3	1,2	2,7	2,6
Tasa de paro (% de la población activa)	26,1	24,4	22,2	20,5
Capacidad (+) / necesidad (-) de financiación (% del PIB)*	-6,3	-5,5	-4,5	-3,9

\* De las administraciones públicas

Fuente: Banco de España.

Estas previsiones tan optimistas sobre el PIB son en gran mayoría el resultado del recorte en gastos públicos y los incrementos tributarios realizados por el gobierno en los últimos años. Todo esto ha llevado a reducir el déficit público y a un aumento del crédito a las empresas y particulares,

cosa que a nosotros nos beneficia en gran medida tanto para conseguir financiación para nuestra empresa como para que nuestro cliente objetivo disponga de más recursos con los que poder consumir.

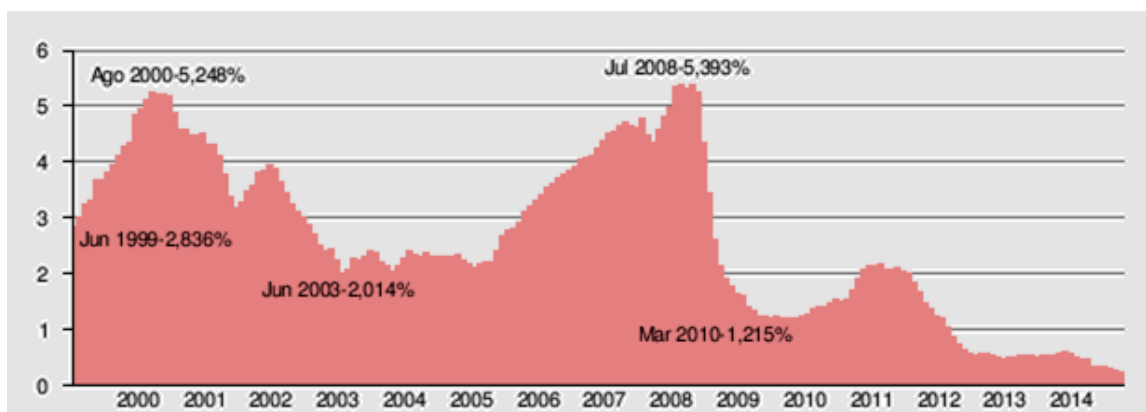
Por otra parte el gobierno, como es habitual cada cierto tiempo, ha elaborado el Programa de Estabilidad para el periodo del 2015 al 2018, cuyo objetivo es recuperar y afianzar la estabilidad económica y fomentar la creación de puestos de trabajo. Lo que nos da indicios de que las previsiones económicas serán positivas.

## Euribor o Tipo de Interés

El Euribor también llamado tipo de interés porque en lo que consiste es en una tasa que fija un banco cuando este le presta dinero a otro. Los diferentes bancos utilizan este tipo de interés para establecer el periodo por el que se le presta dinero. Podemos hablar de Euribor en semanas, meses o lo que es más común en años, este último sería el que llamamos el de las hipotecas.

En el siguiente gráfico vamos a ver la evolución del Euribor desde que empezó en el año 1999 hasta el año 2014.

Gráfico 2: Evolución del Euribor desde 1999 hasta 2014.



Fuente: Wikipedia.

En este gráfico podemos observar la evolución que ha tenido el Euribor desde que empezó. En Marzo del 2009 vemos un gran descenso llegando a estar a 1,215 puntos, como consecuencia de que para aliviar la crisis, el Banco Central Europeo quiso disminuir el tipo de interés, para que tanto las familias y las empresas no estuvieran tan apuradas a la hora de pagar sus hipotecas.

En conclusión, tras observar este gráfico nos damos cuenta que el Euribor es un factor a tener en cuenta en nuestra empresa porque influirá a la hora de pedir un préstamo al banco, cosa

que hará Catchme para financiarse, y para que el crédito a los particulares sea más económico, teniendo así más dinero disponible para el consumo. Por lo tanto, cuando menor sea su valor más beneficioso será para nosotros.

### 3. Factores Socioculturales

En este apartado de nuestro proyecto pasamos a analizar los factores sociales y culturales que pueden afectar nuestra empresa. Los factores que no pueden influir serían: la evolución de la población, los intereses y gustos de las personas a la hora de establecer sus intereses sociales, el ritmo de vida según la edad de la población, etc.

Antes que todo empezaremos viendo la evolución de la población española en el último año. La población actual en España según el INE el 1 de Enero de 2015 es de 46.439.864 habitantes que si lo comparamos con el año anterior ha habido un descenso de la población en 72.335 personas. Lo podremos ver más claramente en la siguiente tabla y gráfico.

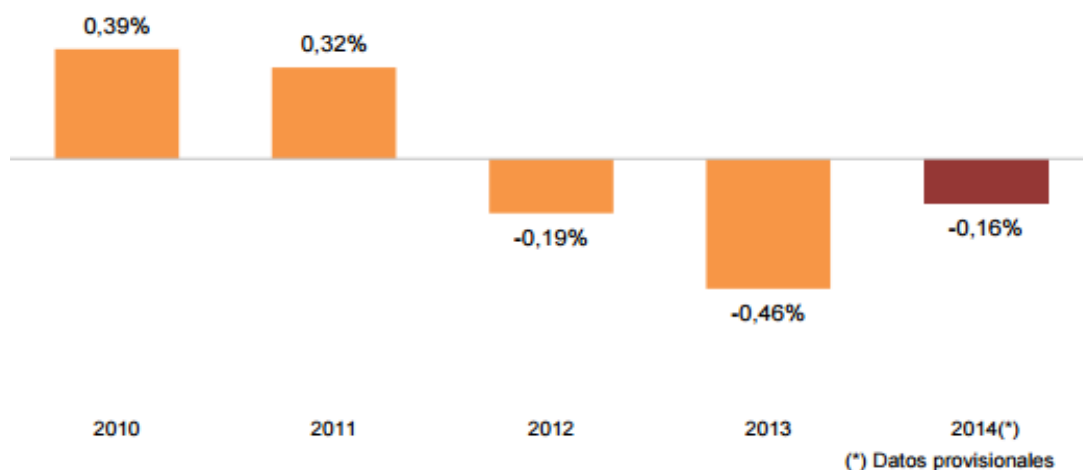
Tabla 2: Evolución de la población residente en España durante 2014.

	Población a 1 de enero		Variación anual	
	2015(*)	2014	Absoluta	Relativa (%)
<b>Total</b>	46.439.864	46.512.199	-72.335	-0,16

(\*) Datos provisionales

Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

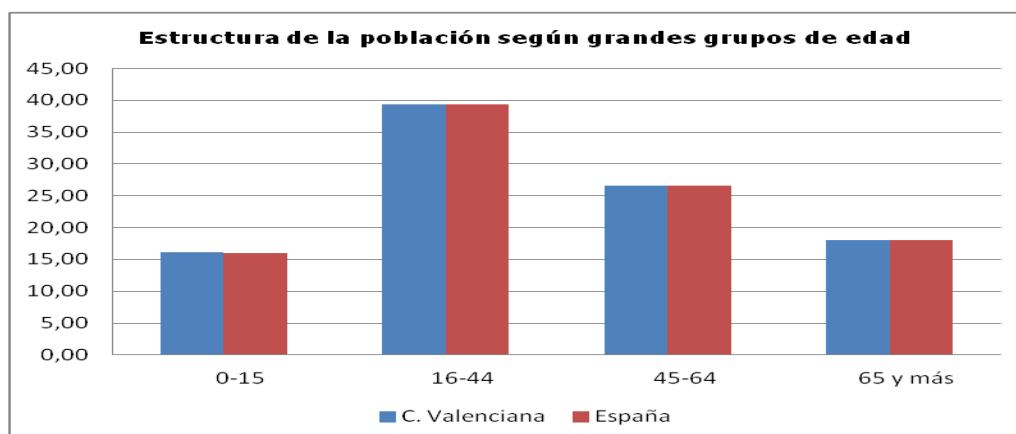
Gráfico 3: Evolución del crecimiento anual de la población de España (2010-2014).



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

Como podemos observar tanto en la tabla como en el gráfico anterior vemos que la población ha descendido en el año 2014 un 0,16% si lo comparamos con el año anterior. Esto sería datos a nivel estatal pero como nosotros vamos a desarrollar nuestra empresa en la Comunidad Valenciana vamos a ver en la siguiente tabla la estructura de la población en nuestra comunidad según la edad y el sexo, tanto en nuestra comunidad como en España.

Gráfico 4: Evolución de la población según grupos de edad.



Fuente: Instituto Valenciano de Estadística.

Como se puede observar vemos que en nuestra Comunidad las cifras por edad son muy similares al resto de España, por lo que no vemos una gran diferencia. El rango de edad con mayor número de personas son las que se encuentran entre los 16 y los 44. En nuestra empresa no tenemos un rango de edad predilecto para nuestros consumidores pero sí que vemos que este último sería el de mayor potencial por conocimientos tecnológicos o por temas de ocio.

Por último cabe destacar la diferencia entre el grupo de 0 a 15 años y el grupo de 65 y más, vemos que hay más personas mayores que las que nacen esto hace que haya un pequeño descenso en natalidad. Y estos datos siempre pueden preocupar a las empresas en un futuro si las cifras de nacimientos continúan descendiendo.

## 4. Factores Tecnológicos

Estos factores son los que más nos pueden influir al tratarse de una empresa virtual. En nuestra empresa la tecnología es clave, es uno de nuestros pilares para poder hacer nuestro trabajo, sin todos los avances tecnológicos de los últimos años nos sería imposible crear la idea de empresa que tenemos en mente.

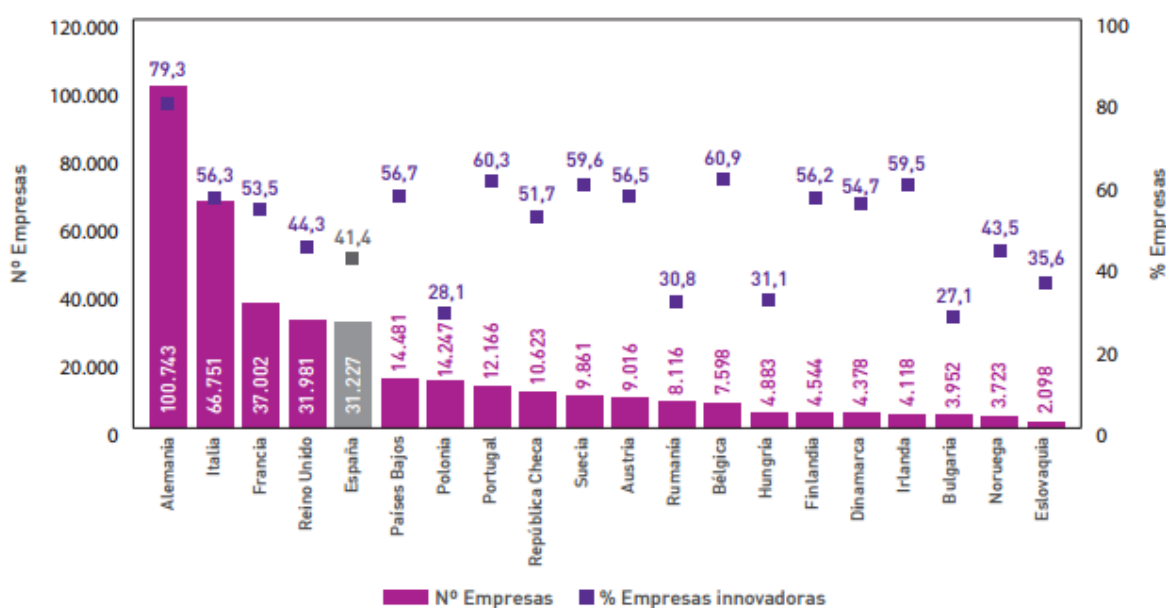


España en los últimos tiempos ha ido subiendo escalones en cuanto a lo que tecnología se refiere. Según un estudio realizado por Business Software Alliance (BSA), que se trata de una de las principales asociaciones de este sector, España ha subido un puesto y se sitúa en el número 24 a nivel mundial. Este estudio se ha hecho en 66 países y está claro que estamos aún muy lejos de alcanzar países como Estados Unidos, Finlandia o Singapur. Pero hay que tener en cuenta que la evolución que ha tenido España en los últimos 30 años ha sido mucho mayor que otros países. A continuación tenemos una ilustración elaborada por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) de las empresas innovadoras a nivel Europeo y vemos que España está en quinto lugar de un total de 20 países.

Gráfico 5: Empresas innovadoras en países europeos.

## EMPRESAS INNOVADORAS EN PAÍSES EUROPEOS. 2010

Número de empresas y porcentaje sobre el total



Fuente: Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología.

En los últimos años cabe destacar la cantidad de tiendas online que se han creado. Ya que ese trata de un tipo de negocio con muchas ventajas; deslocalización del punto de compra-venta, flexibilidad en los medios de pago, creación de nuevas relaciones comerciales,...Por ello hay muchas empresas que apuestan por este tipo de negocio dado que es mucho más flexible, eficaz y eficiente.

Pero respecto a este tipo de negocios tan innovadores, en España seguimos estando muy lejos de otros países europeos. Según un estudio realizado por Xopie, que es una de las empresas

líderes en creación de tiendas virtuales, en España se han creado más de 85.000 tiendas online en los últimos años. Es una cifra bastante importante pero si nos comparamos con el resto de Europa, nos quedamos un poco cortos. En Inglaterra se han creado 203.000 tiendas online y en Francia unas 110.000.

Tampoco es que sea culpa de las empresas que no desean fomentar este tipo de negocio. Pero también influye que por parte de la administración se adopten una serie de medidas más para ayudar a los compradores, fomentando la mayor seguridad y confianza a la hora de realizar la compra, que para ayudar a las empresas. Porque estas nuevas medidas hacen que disminuya la reputación del comercio electrónico. En España lo que nos haría falta es que estas medidas fueran más estables y alineadas a estos tiempos, así el e-commerce se regularía y sería más fácil para las pequeñas y medianas empresas. Pero a pesar de todo esto pensamos que España es un buen país a nivel tecnológico para instaurar una tienda virtual.

#### 4) Factores Ecológicos

---

En el Parlamento Europeo ha elaborado una ley de Responsabilidad Medioambiental para que todas las empresas europeas se hagan cargo de los daños que causen al medioambiente. Esta ley va dirigida a el daño que podemos hacer las empresas a los recursos naturales de una país. Y por tanto las empresas tendrán que compensar el daño que hayan hecho a los recursos mediante otras acciones. Esta ley tiene dos principios fundamentales: que hay que prevenir lo máximo posible y quien contamina tendrá que pagar por ello.

Esta ley se creó a nivel Europeo por tanto en España nos afectará, dato importante ya que España es un país que tiene un déficit ecológico. ¿Esto qué significa? Pues que vivimos en un país que consume más espacio del que puede generar. Esto lo sabemos gracias a un estudio realizado por la Global Footprint Network. Uno de los últimos estudios realizados por esta organización nos indica que en España consumimos 5,42 hectáreas globales por habitante, cuando lo normal es gastar 1,61 hectáreas. Esto hace que España no sea un país idóneo, ecológicamente hablando ya que los datos son mucho peor que otros países europeos.

## 5) Factores Legales

Dado que somos una nueva empresa y queremos hacernos un hueco en el mercado laboral vamos a ver a continuación que trabas a nivel legislativo nos podemos encontrar a la hora de empezar nuestro negocio.

Según un informe realizado por Doing Business en 2014 que fue elaborado por el Banco Mundial, España es uno de los países a nivel europeo que más dificultades pone a los emprendedores para abrir su propio negocio. Actualmente en España si queremos tener nuestra propia empresa necesitamos un total de 23 días y en cuyos 23 días tenemos que cumplimentar 10 trámites. Esto nos hace estar muy por debajo de la media europea, estamos en el puesto 25 de un total de 28 países. Tan solo está por debajo nuestro país: Austria, Polonia y Malta. A continuación veremos una ilustración donde podemos ver claramente la comparativa por el resto de Europa.

Gráfico 6: diferencia entre países europeos a la hora de abrir una empresa.



Fuente: [www.expansion.com](http://www.expansion.com).

Una vez visto este marco comparativo vemos que en España es bastante más difícil el emprender tu propio negocio que por ejemplo en países como Portugal, Reino Unido o Finlandia. No obstante, consideramos que España será el país en el que nos implantaremos ya que la dilatación de los plazos y el elevado número de trámites será compensado con el conocimiento de dichos trámites, la planificación y previsión de estos.

## 3.2 Análisis de las 5 fuerzas de Porter

Como hemos visto en el punto anterior, el análisis PESTEL basa su enfoque en las fuerzas externas que afectan a toda empresa. Sin embargo, su efectividad es más útil cuando se usa conjuntamente con otras herramientas de planificación, como es el caso del modelo de las cinco fuerzas de Porter.

El economista Michael Porter elaboró en 1979 un modelo holístico que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad; este modelo es conocido como las cinco fuerzas de Porter. Según el economista, la rivalidad con los competidores viene dada por cuatro elementos o fuerzas. No obstante, la combinación de estas cuatro crea una quinta fuerza: la propia rivalidad entre los competidores. Las cinco fuerzas de Porter son:

Gráfico 7: Gráfico de las 5 fuerzas de Portes.



Fuente: [www.crecenegocios.com](http://www.crecenegocios.com)

Comprender de la manera más perfecta posible las sofisticadas reglas de la competencia y trata de aprovecharlas o, en su caso, cambiarlas a favor de la empresa. Esa es la finalidad última de la estrategia empresarial y las cinco fuerzas de Porter nos ayudan a ello, pues cada una de esas fuerzas afectará a la capacidad de una compañía para competir en un mercado concreto. La combinación de todas las cinco fuerzas determinará las posibilidades reales de obtener altos rendimientos que tiene una empresa. Por ello, pasemos a ver cada una de esas fuerzas de una manera más detenida:

## 1) Amenaza de entrada de nuevos competidores

---

Esta fuerza de Porter nos dice que si en un sector entran nuevas empresas, la competencia aumentará y ello provocará una bajada de la rentabilidad.

Esta merma de la rentabilidad se debe a dos factores: el primero es que toda empresa del sector se verá obligada a bajar los precios para ser más competitiva, no teniendo así la hegemonía absoluta sobre el precio de mercado de su producto. El segundo factor es que la empresa deberá asumir un aumento de los costes, ya que para mantener o aumentar su cuota de mercado deberá incurrir en gastos adicionales tales como promociones, publicidad...

La amenaza de entrada de nuevos competidores en un sector como el nuestro es muy elevada dado que no se requiere de una gran inversión ni existe exclusividad en los productos y servicios ofrecidos.

Las barreras genéricas que encontrarían los posibles competidores que quisieran posicionarse en el mercado serían: tener conocimientos muy elevados de e-commerce y de informática, la imposibilidad de acceso a ofrecer alguna marca o comercio que sea proveedor exclusivo de Catchme.

A nivel particular, y sobre todo con la visión inicial de Catchme (dimensión comarcal) la amenaza de entrada de nuevos competidores queda algo más reducida al encontrar estos las siguientes barreras adicionales:

1. Capacidad de negociación. El personal encargado de negociar con los proveedores cuenta con la ventaja de que al ser una persona de la zona tiene un perfil próximo al de los proveedores (idioma, cultura, costumbres, amigos,...)

2. Conocimiento de los productos y servicios: gracias a la proximidad que tenemos con nuestros proveedores hemos testado los productos y servicios ofrecidos, por tanto conocemos de primera mano sus características más destacables.
3. El conocimiento del cliente: al igual que en el punto anterior, la proximidad física de nuestros proveedores y clientes, nos mantienen al día de cualquier queja o sugerencia y nos permiten mantener la calidad de nuestros servicios.

## 2) Poder de negociación de los proveedores

---

En esta parte los proveedores pueden aumentar su poder negociador sobre las empresas bien amenazando con elevar los precios, o bien bajo la amenaza de reducir la calidad de los productos o servicios, ya que con estas acciones la rentabilidad del sector comprador disminuiría.

Como vamos a ver, las condiciones que hacen poderosos a los proveedores son un claro reflejo inverso para nosotros que queremos sacar el mayor beneficio. La capacidad de negociación de los proveedores, a nivel general se basa en estos tres puntos:

1. El número de proveedores: en el caso de Catchme el poder de negociación de los proveedores es muy limitado, porque en la zona de la Marina Alta gozamos de gran cantidad de hoteles, restaurantes, centros de ocio,...
2. Su aportación a la Cadena de Valor: dado que en el comienzo de Catchme no se cuenta con ninguna marca o proveedor referencial de conocido renombre, la capacidad negociadora de los proveedores es muy escasa.
3. La concentración de los mismos, tanto a nivel geográfico, asociativo y jurídico: para Catchme no supone un riesgo dada la falta de concentración de los proveedores porque existe mucha variedad y cualquier tipo de asociación entre ellos tiene las competencias muy limitadas.

## 3) Poder de negociación de los consumidores

---

Como bien es sabido, los compradores pueden forzar la competencia entre las empresas de un mismo sector, exigiendo acciones como bajada de precios, mejoras en la calidad o mayores servicios por parte de los vendedores. Así, según esta fuerza de Porter, son los clientes quienes actúan para que los vendedores ofrezcan mayores ventajas en la compra o en las cualidades del

producto, hasta el punto de hacer que los competidores se enfrenten comercialmente unos a los otros.

En el caso de Catchme el poder de negociación de los clientes es muy limitado ya que sus clientes potenciales son usuarios individuales y cuyo volumen de gasto representará un porcentaje muy reducido respecto a las ventas totales de nuestra empresa.

Así bien, la única vía por la que un consumidor podría forzar una bajada de precios o un incremento de calidad sería mediante la negociación individual con el proveedor, intentando conseguir los mismos beneficios saltándose a nuestra empresa. Por esto Catchme adoptará las estrategias empresariales para minimizar este poder.

#### 4) Amenaza de ingreso de nuevos productos sustitutivos

---

Por su parte, esta fuerza de Porter nos indica que la entrada de productos o servicios sustitutivos en el mercado hará que los precios bajen para hacer frente a la competencia; esto implica que también baje la rentabilidad del sector.

Para contrarrestar esta fuerza y proteger así nuestro producto (plataforma de venta), la empresa deberá diferenciarse de las demás del sector, modificando su imagen, convirtiéndola ya en un elemento diferenciador ante los clientes. También deberá intensificar su política comercial, mediante la mejora de la relación entre las prestaciones y los descuentos que ofrecemos.

Por lo tanto, los productos sustitutivos no presentan una amenaza para el servicio que presta Catchme. Al no tratar de vender un solo producto, es decir, si supuestamente nosotros tuviéramos una tienda de muebles y no vendiéramos muebles durante un mes, ese mes no tendríamos ningún tipo de beneficio. Nosotros lo que tratamos de vender es una serie de servicios del tipo que sean, como por ejemplo: cenas en buenos restaurantes, hoteles, días de spa, experiencias con motos acuáticas,... Por tanto al no centrarnos en un solo producto partimos con ventaja y en el caso de que salieran nuevos productos, trataríamos de incorporarlo en nuestra red de proveedores.



## 5) Rivalidad entre competidores

---

Por último, esta fuerza de Porter surge como resultado de la combinación y efecto de todas las anteriores. Es la que nace cuando algunos comercios competidores ven la posibilidad de mejorar su posición en el mercado llevando a cabo ciertas acciones que afectan directamente a ese mismo mercado; ante ello, los demás comercios se ven obligados a contrarrestarlas para no perder su posición.

Aquí cabe tener bien claro que, los competidores actuales de un negocio son aquellas empresas que ofrecen el mismo servicio y que rivalizan con la empresa por este motivo. En el caso de Catchme hemos de tener bien claro que nuestro servicio es el de ofrecer a nuestros clientes los mejores descuentos en diversos tipos de productos y servicios disponibles dentro de un área geográfica concreta. Por ello, la diferenciación entre ellos de los diferentes comercios integrados en Catchme y la especialización de cada uno de ellos serán los ases que marcarán nuestro éxito o fracaso en un futuro.

## 3.3 Cadena de Valor

---

Antes de empezar a desarrollar este punto, deberemos definir dos conceptos básicos a manejar y que son clave para encontrar las fortalezas y debilidades de toda empresa. Se trata de “Valor” y de “Cadena de Valor”. Se entiende por “valor” la cantidad que los clientes están dispuestos a pagar por los servicios o productos que la empresa proporciona. Por su parte, “cadena de valor” es la secuencia de actividades que generan valor para el cliente final. Debemos tener en cuenta que la cadena de valor sobrepasa los límites de la propia empresa, ya que incluye las actividades realizadas por los proveedores, así como a las propias del canal de distribución.



Gráfico 8: Cadena de Valor.

## Cadena de valor representativa de la compañía



Fuente: [www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)

Todo el conjunto de actividades de la cadena de valor puede dividirse en dos grupos, las actividades primarias y las actividades de apoyo.

- **Actividades primarias**

Las actividades primarias son todas aquellas relacionadas con la creación física del producto y su venta y entrega al comprador, así como la asistencia posterior a la venta. Por tanto con el tipo de empresa que nosotros queremos llevar a cabo este tipo de actividades serían la comercialización de nuestros servicios y el servicio post-venta. Vamos a pasar a detallarlos a continuación:

En Catchme consideramos que la comercialización de nuestros productos es una actividad primaria. Como hemos dicho en anteriores ocasiones nosotros no fabricamos nada, lo que hacemos es distribuir una serie de descuentos por nuestros servicios. Por ello nuestra forma de tener una buena distribución o comercialización es que nuestros clientes tengan siempre la información bien detallada y actualizada de nuestros servicios, que no lleguen a los comercios asociados y que no tengan el servicio esperado o el servicio descrito en nuestra web.

Por otra parte, otra de nuestras actividades primarias estará destinada al servicio post-venta. En Catchme el servicio personalizado es un valor muy importante para nosotros y por ello no queremos que nuestros clientes después de obtener un servicio quisieran cambiarlo, no queremos que tengan ningún tipo de problema. Es por esta razón que si después de adquirir los descuentos tuvieran que hacer algún cambio o devolución nosotros los resarciremos de una manera rápida y eficaz.

- **Actividades de soporte**

En Catchme creemos fundamental el rodearnos de buenos profesionales para poder hacer bien nuestro trabajo y poder tener un buen servicio con nuestros clientes. Trataremos de tener a unos buenos informáticos que sepan desarrollar bien su trabajo y que estén en continuo aprendizaje dado que el campo de las tecnologías cambia constantemente.

Por otra parte tenemos al comercial y a la persona encargada de la administración y contabilidad, que junto con los informáticos serán las personas que hagan de nuestra marca un referente. Serán personas competentes y con ganas de desarrollar este tipo de negocio. Estos van a ser nuestros mayores puntos de apoyo y de soporte, nuestro personal.

## 3.4 Análisis DAFO

---

Una vez analizado en entorno en el que se desarrollará comercialmente Catchme, el siguiente paso que debemos afrontar es el de realizar el análisis DAFO de nuestra empresa, que será un pequeño resumen del análisis del entorno y de la Cadena de Valor. Esto lo veremos gracias a las fortalezas y debilidades (análisis de entorno) y a las amenazas y oportunidades (Cadena de Valor).

### Amenazas y oportunidades

---

En este apartado vamos a proceder al análisis externo de la empresa, es decir, a todo lo que le puede afectar a nuestra empresa dependiendo del entorno que le rodea. Pueden ser tanto efectos positivos como negativos. A estos efectos les llamaremos amenazas, que serán todo lo que le influye a nuestra empresa de forma negativa, y oportunidades, que se trata de los efectos positivos que nos rodean.

Tabla 3: amenazas y oportunidades.

AMENAZAS		OPORTUNIDADES	
Nuevos competidores		Ampliar la gama de nuestros servicios en cualquier momento	
Cambios tecnológicos			
Cambios políticos y económicos		Buscar una marca gancho	

Fuente: elaboración propia, 2015.

## Amenazas

---

Una de las amenazas que más nos preocupa sería que siempre cabe la posibilidad de que salgan nuevos competidores y por ello quieran copiar nuestra idea de negocio.

Además somos una empresa virtual por ello siempre estaremos en manos de la tecnología lo que ello conlleva a estar en continuos cambios y siempre tendremos que estar a la última en cuanto a innovación.

Y por último, al tratarse de amenazas externas siempre puede haber cambios políticos o cambios de gobierno incluso cambios en algunas leyes.

## Oportunidades

---

Por otra parte tenemos los efectos positivos que son las oportunidades, en este aspecto tenemos una gran ventaja y es que en todo momento podremos ampliar nuestra gama de servicios, ya que no somos una empresa que tan solo vende un producto. En este aspecto estamos abiertos a todo tipo de servicios.

Otra oportunidad de negocio sería el poder encontrar una marca gancho, es decir, que por ejemplo el tener una marca o empresa muy exclusiva, se tuviera que pasar por nuestra web para obtener un descuento.

## Fortalezas y debilidades

---

Por otra parte tenemos el análisis de la Cadena de Valor o los factores internos que nos afectan a nuestra empresa. Pueden ser tanto efectos positivos como negativos, es decir, pueden ser tanto fortalezas como debilidades.

Tabla 4: fortalezas y debilidades.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Conocimientos de los servicios ofertados	Recursos escasos
Calidad de servicio	Marca no reconocida
Dominio del e-commerce	Posicionamiento de el mercado
Bajos costes estructurales	Servicios que dependen de empresas exteriores
Presencia online	
Alta capacidad de reacción	

Fuente: elaboración propia, 2015.

## Fortalezas

---

En Catchme consideramos como una de nuestras mayores fortalezas el tener un conocimiento previo de los servicios que vamos a ofrecer, ya que al tratarse de un negocio comarcal tenemos la oportunidad de testarlos antes de ofrecerlos.

Junto a ello, debemos destacar la calidad de nuestros servicios, que están totalmente personalizados y adaptados a las necesidades de nuestros clientes. Además, ofrecemos garantías que robustecerán, como son una buena imagen, la creatividad y el contar con presupuestos flexibles.

Por otro lado, debemos destacar la inclusión de nuevas tecnologías como otro de los pilares de Catchme. Por ello, deberemos centrar parte de nuestros esfuerzos en la utilización de canales Web 2.0, perteneciendo a redes sociales que estén de moda actualmente, como pueden ser Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, PayPal...

A esta inversión tecnológica deberán sumarse continuas inversiones en publicidad para fortalecer la imagen de Catchme y consolidar nuestra empresa en el mercado. Destacamos que el hecho de que los comercios adheridos posean una página Web permitirá mejorar su imagen y comunicación, y con ellos también mejorará la imagen y comunicación de Catchme.

Otra fortaleza sería que al tratarse de una tienda virtual no tenemos grandes costes estructurales. Y por último, en Catchme tendremos una alta capacidad de reacción frente a los problemas que puedan surgir porque trataremos de que haya muy buena comunicación entre todos los empleados y entre los clientes y nuestro personal.

## Debilidades

---

La principal debilidad que afectará a nuestro proyecto es el hecho de ser nuevos en el mercado. Esto nos hace ser poco conocidos, por lo que nos veremos obligados a invertir dinero y tiempo en toda una serie de campañas promocionales e informativas para darnos a conocer. De esta manera trataremos de posicionarnos en el mercado.

Si hablamos de otros aspectos negativos que pueden afectarnos empezaremos hablando por el que más nos preocupa que sería el que nuestros servicios depende de empresas exteriores, por tanto de cierta manera estamos dejando en otras manos nuestro mayor valor que es nuestros servicios. En este punto tenemos que estar preparados para entablar buenas relaciones y tener un buen poder de negociación.

## 4. Planes estratégicos y objetivos

---

En esta parte del proyecto vamos a establecer cuáles serán los planes estratégicos y objetivos de la empresa. Empezaremos con los planes estratégicos, en esta primera parte incidiremos en la formulación de la estrategia. Esto consta de tres tipos de análisis que los vamos a resumir en la siguiente figura.

Gráfico 9: Niveles de formulación estratégica.



Fuente: Fundamentos de organización de empresas.

Analizando bien estos tres tipos de estrategias podremos cumplir con éxito tanto los objetivos como la misión de nuestra empresa.

### 4.1 Estrategias de la empresa

---

En este punto vamos a estudiar en los tres tipos de estrategias posibles. Las analizaremos profundamente para poder tener el mejor enfoque de nuestra empresa.

Para el diseño de cualquier estrategia empresarial debemos tener muy claro que todas ellas se fundamentan en los siguientes cuatro puntos:

- ✓ Valores.
- ✓ Misión.
- ✓ Visión.
- ✓ Propuesta de valor para el cliente.

## Estrategias corporativas

---

Este tipo de estrategia lo suele realizar la parte de dirección de la empresa y es para cumplir unos objetivos más a largo plazo. Gracias a este tipo de estrategia podremos decidir exactamente a qué actividad nos queremos dirigir. En Catchme tenemos una mente bastante abierta y eso de centrarnos en un solo producto nos parece algo muy limitado.

Basándonos en las amenazas de nuestra empresa, como es la entrada de nuevos competidores y los posibles cambios políticos y económicos, Catchme implantaría las siguientes estrategias:

- Estrategia de diversificación horizontal: Catchme intentaría captar la mayor variedad de comercios asociados para no estar limitados a un número muy reducido de productos o servicios.
- Estrategia según el ámbito geográfico: mediante esta táctica trataremos de ampliar el ámbito geográfico de nuestros comercios asociados, así como de nuestros clientes objetivos. Ya que si hubiera alguna crisis económica o política no estamos restringidos a una zona geográfica.

## Estrategias competitivas y de crecimiento

---

Ahora pasaremos a desarrollar las estrategias de crecimiento o negocio para que nuestra empresa pueda desarrollar su actividad de la mejor manera posible y obtener los mejores resultados, pudiendo defender su negocio contra posibles competidores.

La primera de las estrategias para combatir los constantes cambios tecnológicos y poder estar a la vanguardia sería el conseguir que desde nuestra plataforma se pudiera reservar y contratar los servicios y productos ofrecidos con su descuento pertinente.

Revisando una de nuestras debilidades con el objetivo de subsanarla aplicaremos una estrategia de diferenciación, en la que intentará conseguir ofrecer en exclusiva descuentos de una marca de elevado prestigio. En nuestro caso intentaríamos que un centro de hípica de reconocimiento en la zona estableciera una serie de descuentos tan solo desde nuestra plataforma, de esta manera todos los que quieran un descuento pasaría por nuestra tienda virtual.

## Estrategias funcionales

---

Y por último y no menos importante tenemos las estrategias funcionales que son las que tendremos que aportar a la empresa para que todos los departamentos sean lo más eficientes posible. Y cuyo plazo de ejecución es mucho más breve que en los otros tipos de estrategias.

La primera de las estrategias funcionales consistiría en estar siempre a la última en temas tecnológicos ya que somos una empresa virtual y este sector cambia constantemente. Por ello no nos podemos quedar atrás y tenemos que estar continuamente formando a nuestros empleados para poder estar siempre preparados para los constantes cambios tecnológicos que son una amenaza para nuestra empresa.

La siguiente estrategia que Catchme aplicaría sería la de financiación, ya que al tratarse de una nueva empresa nos vemos con el problema de tener pocos recursos económicos como ha quedado indicado en el cuadro de debilidades. Esto lo resolveríamos buscando nuevos inversores y ampliando el importe del préstamo concedido por entidad bancaria. Para conseguir estos objetivos somos conscientes de que debemos justificar y demostrar que la empresa es rentable.

## 4.2 Objetivos de la empresa

---

Tal y como el nombre indica, una empresa virtual es una organización que trata de responder a las necesidades del mercado actual. Este es nuestro objetivo principal satisfacer a nuestros clientes en todo lo que podamos, no solo con los descuentos sino también gracias a la tecnología y a internet que puedan acceder con más facilidad.

Gracias a nuestra tienda virtual nuestros clientes podrán acceder a todo nuestro contenido de una forma rápida, segura y muy intuitiva. El objetivo es que cualquiera que se registre en nuestra página web sepa como acceder a toda la información y llegar a descargarse los descuentos sin ningún problema. Desde una persona joven (que hoy en día saben de sobra como hacerlo) hasta una persona que no utilice mucho el ordenador.

En Catchme que es la supuesta empresa que vamos a desarrollar en este Proyecto; su finalidad es que la gente no tenga miedo a comprar (que compre y que disfrute con ello) y, además, que los usuarios puedan ahorrar dinero por comprar con nosotros.

Nos decantamos por esta idea tras reflexionar sobre el panorama económico actual por el que está atravesando nuestro país (y junto a él gran parte de la sociedad moderna, sobre todo de Europa). Es un pilar de la economía la afirmación que asegura que “la base de la reactivación económica se encuentra en el consumo”, es decir, que el primer eslabón para que nuestra economía –sobre todo la de las pequeñas y medianas empresas- vuelva a funcionar es que la gente continúe comprando y supere el temor actual a gastar su dinero, temor engendrado por la crisis.

Por tanto, pensamos en un sistema que permitiera establecer una buena relación entre la empresa y el cliente para así ganar la confianza de éste. Con esto, ambos se beneficiarían, tanto el usuario como las propias empresas que se sumasen a nuestra iniciativa:



Por lo que se refiere al cliente: Se le ofrecerían toda una serie de succulentos descuentos por comprar, tras registrarse en Catchme, en aquellas empresas asociadas a nuestra Website. Así, podrán tener los mismos productos que hubiesen comprado en su tienda habitual pero a un precio más rebajado. Según los deseos de la empresa asociada, la compra se podrá realizar on-line –en este caso el descuento se aplicaría directamente- o bien en el propio establecimiento físico –para poder obtener el descuento en este caso deberemos imprimir una serie de vales desde nuestra website.

Por lo que respecta a las empresas: su mercado se abrirá más allá de las fronteras locales a las que una empresa física sin posibilidad de publicitarse se ve sometida. Catchme les proporcionará una plataforma publicitaria con acceso a millones de potenciales usuarios con lo que podrán aumentar sus ventas y, con ello, sus beneficios. Además, nuestra Web reunirá empresas de diferentes sectores, con lo que mientras el usuario visita unas, se le ofrecerá publicidad de otras que puedan despertar su interés. A todo ello se le suma el incremento de volumen de negocio que supone el sumar las ventas on-line a aquellas ventas que se realicen en el propio establecimiento físico.

Para ambos: la publicidad “boca a boca” es la mejor arma para dar a conocer un negocio y generar en el usuario un sentimiento de confianza hacia él. Por eso potenciaremos que los clientes puedan recomendar nuestra Website a otros usuarios, que “traigan a un amigo”; así quien recomiende nuestro portal de Internet a un amigo o familiar que a su vez se inscriba en Catchme y compre en alguna de nuestras empresas asociadas, obtendrá un vale de 10€ a utilizar en nuestra red de empresas. Así el usuario sale beneficiado, a la vez que también sacan un provecho las empresas por la publicidad indirecta que esta acción comercial conlleva.

## Objetivos a corto plazo

---

Para alcanzar nuestro objetivo, en un primer momento nos fijaremos en las pequeñas y medianas empresas. Consideramos que las PYMES son la base de todo nuestro sistema comercial, ya que son las que permiten que diferentes productos estén presentes hasta en los pueblos más pequeños; sin embargo, al mismo tiempo son las grandes perjudicadas por la globalización a la que se ve sometida nuestra sociedad hoy por hoy, pues son solo las grandes empresas las que tienen el potencial suficiente para alcanzar segmentos más amplios de mercado a través de las nuevas tecnologías. De lo que se trata es que ahora Catchme sea la plataforma para que las PYMES se abran al mundo y puedan competir con las grandes empresas, con lo que ello implica: romper la barrera geográfica de ventas que supone el comercio tradicional, posibilidad que ofrece el comercio on-line.

La estrategia de nuestra Website consistirá en ofrecer periódicamente publicidad sobre productos y ofertas que las personas tienen, por ejemplo, en una peluquería, un restaurante o un gimnasio cercano adscritos a Catchme. Todo esto estará disponible en nuestra Website gracias a un mapa que muestre la ubicación de cada comercio junto a las promociones que éste ofrece. En caso de que la empresa ofrezca productos, éstos se podrán adquirir on-line a través de Catchme (mediante el apartado web dedicado a una empresa en concreto) o bien yendo físicamente al establecimiento y mostrando nuestros vales para obtener el descuento. En el caso de que la empresa ofrezca servicios, evidentemente éstos no se podrán adquirir on-line, pero sí que podremos acercarnos al establecimiento con nuestros vales descuento para beneficiarnos de las promociones de Catchme.

## Objetivos a largo plazo

---

En una segunda fase de desarrollo de Catchme, tenemos previsto facilitar al cliente todos nuestros servicios mediante una aplicación para el móvil, en la que pueda ver todas las empresas integrantes de nuestro proyecto, los descuentos que ofrecen, su localización, las características de la empresa, etcétera.

Y si con el tiempo todo esto fuera como prevemos, es decir que cada vez tuviéramos más empresas asociadas y cada vez más clientes registrados en nuestra Web, nuestra idea sería poder “apretar” de alguna manera a algunas empresas, pero no estaríamos hablando de Pymes sino de empresas más grandes, para obtener descuentos más altos para nuestros clientes. Esto es solo una idea a largo plazo y solo lo haríamos con las empresas más grandes, las Pymes seguirían igual porque no queremos que el pequeño o mediano negocio se vea con problemas para llegar a final de mes.

## 5. Forma jurídica, Localización y Distribución en planta

---

En este apartado de la memoria de nuestro proyecto vamos desarrollar en primer lugar la forma jurídica de nuestra empresa; estudiaremos todas las necesidades y características de nuestra empresa para establecer la que más nos convenga.

Una vez tengamos establecidos todos los procesos formales para crear una empresa, estableceremos la localización de nuestra empresa, en este caso intentaremos establecer nuestro negocio en un sitio estratégico de la Marina Alta ya que teniendo una buena ubicación, aunque se trate de un negocio online también es un factor a tener en cuenta.

Y por último explicaremos como será la distribución en planta de nuestro nuevo local. Todas sus características, es decir, los metros cuadrados que tiene, la distribución de los despachos,...

### 5.1 Forma jurídica

---

Llegados a este punto, donde ya hemos realizado el análisis estratégico y hemos establecido unos objetivos para nuestra empresa, nos toca detallar cuál será la mejor forma jurídica para nuestro tipo de empresa. Esta decisión la tenemos que analizar muy bien y ver los distintos tipos de formas jurídicas que hay, de esta manera podremos escoger la que más nos beneficie.

Por tanto, antes de elegir la forma jurídica más adecuada para nosotros analizaremos algunos aspectos a tener en cuenta<sup>5</sup> para tomar la decisión más acertada:

- 1) Tipo de actividad a ejercer: muchas veces la actividad empresarial puede condicionar de alguna manera la forma jurídica más adecuada pero en nuestro caso no es importante.
- 2) Número de promotores: este es un dato importante a tener en cuenta, porque dependiendo de los socios que vayan a ser en la empresa será mejor establecer algún tipo de Sociedad.
- 3) Necesidades económicas del proyecto: en este caso las sociedades civiles parten con ventaja ya que no es necesaria su inscripción en el Registro Mercantil, no hace falta un notario y tampoco un capital inicial. Sin embargo todo el resto de Sociedades y Cooperativas sí que les hace falta

---

<sup>5</sup> Estos datos a tener en cuenta los hemos sacado gracias a un estudio de fomento de Murcia. El link está en la bibliografía.

- 4) Responsabilidad de los promotores: este aspecto se tiene que tener mucho en cuenta, ya que si estableces la forma jurídica de tu empresa como una Sociedad o Cooperativa estará limitada, es decir, afectará solo al patrimonio empresarial. Pero en caso de ser autónomo o una sociedad civil, la responsabilidad de las deudas además de recaer en el patrimonio empresarial también recaerá en el patrimonio personal.
- 5) Aspectos fiscales: hay otra diferencia entre ser autónomo o Sociedad Civil con el resto de sociedades. Y es que si eres autónomo pagas la tributación a través del IRPF y para el resto de sociedades pagas lo que se llama, Impuesto de Sociedades. La diferencia entre estos dos es que el IRPF es un tipo de impuesto que va elevándose según se incrementan los beneficios. Y el Impuesto de Sociedades se aplica a un tipo fijo dependiendo de una media que ganes la empresa.

Ilustración 1: Datos a tener en cuenta para elegir el tipo de sociedad.

FORMAS JURÍDICAS DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA			
TIPO	Nº DE SOCIOS <sup>i</sup>	CAPITAL <sup>i</sup>	RESPONSABILIDAD <sup>i</sup>
AUTÓNOMO	1	No existe mínimo inicial	Ilimitada
SOCIEDAD CIVIL	2 o más	No existe mínimo inicial	Ilimitada
COMUNIDAD DE BIENES	2 o más	No existe mínimo inicial	Ilimitada
SOCIEDAD LIMITADA	Mínimo 1	3.000 €	Limitada al capital aportado
SOCIEDAD LIMITADA NUEVA EMPRESA	Mínimo 1- Máximo 5	Mín. 3.012 €Máx. 120.202 €	Limitada al capital aportado
SOCIEDAD ANÓNIMA	Mínimo 1	60.000 €	Limitada al capital aportado
SOCIEDAD LIMITADA LABORAL	Mínimo 3	3.000 €	Limitada al capital aportado
SOCIEDAD ANÓNIMA LABORAL	Mínimo 3	60.000 €	Limitada al capital aportado
COOPERATIVA	Mínimo 3	1.803 €	Limitada al capital aportado

Fuente: Instituto de fomento de Murcia.

Una vez analizados los aspectos a tener en cuenta y por supuesto tener en cuenta la anterior ilustración, hemos tomado la decisión de hacer de ser autónomos (empresario individual). Hemos tomado esta decisión porque es la que mejor se adapta a nuestro negocio por los siguientes motivos:

- ✓ Tan solo habrá un único gerente, es decir que la empresa estará a nombre de él.
- ✓ Dado que no es necesario desembolsar una capital inicial, como una nueva empresa nos beneficia, ya que al estar empezando no gozamos de un gran capital.

A pesar de estos beneficios también hay algunos inconvenientes, como es el caso de la responsabilidad ilimitada, este es un aspecto bastante negativo. Pero desde el 29 de Septiembre de 2013 implanto la Ley de Apoyo a los Emprendedores, esta ley le permite al Autónomo convertirse en “Emprendedor de Responsabilidad Limitada”. Gracias a esta nueva Ley, el empresario individual deberá registrarse en el Registro Mercantil así de esta manera la responsabilidad de la vivienda habitual quedará limitada. En principio Catchme será de un empresario individual pero si los objetivos se cumplieran seguramente optaríamos por la opción de formalizar el proceso para convertirnos en “Emprendedor de Responsabilidad Limitada”.

Llegados a este punto ya tenemos claro que en Catchme será de un empresario individual pasaríamos a realizar todos los trámites para ser autónomos. Antes de ver los trámites necesarios cabe mencionar que al hacernos autónomos no necesitaremos solicitar un CIF ya que facturaremos con nuestro CIF.

## **Trámites obligatorios para ser Autónomo**

---

Antes que todo se tiene que presentar una serie de documentos para poder realizar los trámites. Primero que todo presentaremos la Declaración censal (IVA), esto lo podemos conseguir en una asesoría y deberemos pedir los modelos oficiales 036 ó 037 y deberemos entregarlos antes del inicio de la actividad en la Administración de Hacienda o en una Delegación correspondiente.

En segundo lugar nos daremos de alta en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE), para realizar este procedimiento tendremos que entregar el modelo anterior, el modelo 036 ó 037 si estamos exentos de pagos y si por lo contrario no es así tendremos que presentar el modelo 840 junto con el NIF. Esto lo entregaremos en la Administración o la Delegación de la Agencia Estatal de Administración Tributaria y tendremos el plazo de un mes desde el inicio.

En tercer lugar debemos tramitar todo lo necesario para tener nuestro régimen en la Seguridad Social. Para este tipo de trámites será necesario presentar una serie de documentos que pasaremos a enumerarlos:

1. Documento de afiliación: Modelo TA.0521.
2. Parte de alta de asistencia sanitaria.
3. Parte de alta de cotización por cuadrulado.
4. Fotocopia del alta en el IAE.
5. Fotocopia del NIF.

Todos estos documentos los entregaremos en la Tesorería General de la Seguridad Social correspondiente, todo esto antes de 30 días naturales siguientes al inicio de la actividad. Y por último solicitaremos el Libro de Visita<sup>6</sup>.

NOTA: todos estos documentos se encuentran al final de la memoria en una Anexo.

## 5.2 Localización

---

En este breve apartado vamos a describir cuál será la localización física de nuestra compañía, atendiendo a toda una serie de baremos diferentes y decisivos para el buen funcionamiento de Catchme.

Como bien es sabido, en la mayoría de ocasiones la localización es un factor clave de éxito para todo negocio pues no es lo mismo que un comercio se encuentre en una zona céntrica y bien transitada, a que esté ubicado en la periferia de un municipio o en un lugar que diariamente tenga poco movimiento. Sin embargo, por el modelo de negocio on-line que proponemos para Catchme, realmente la localización no será un factor decisivo en nuestro caso.

Ya que nosotros no vamos a vender nada cara al público tan solo necesitamos unas oficinas para la dirección y el personal que sea necesario, pero esto lo veremos en el siguiente apartado de la distribución en planta. Por ello más que su ubicación física, a la hora de buscar un local para situar las oficinas de Catchme buscaremos otra serie de características más definitorias para nuestro negocio, como son:

---

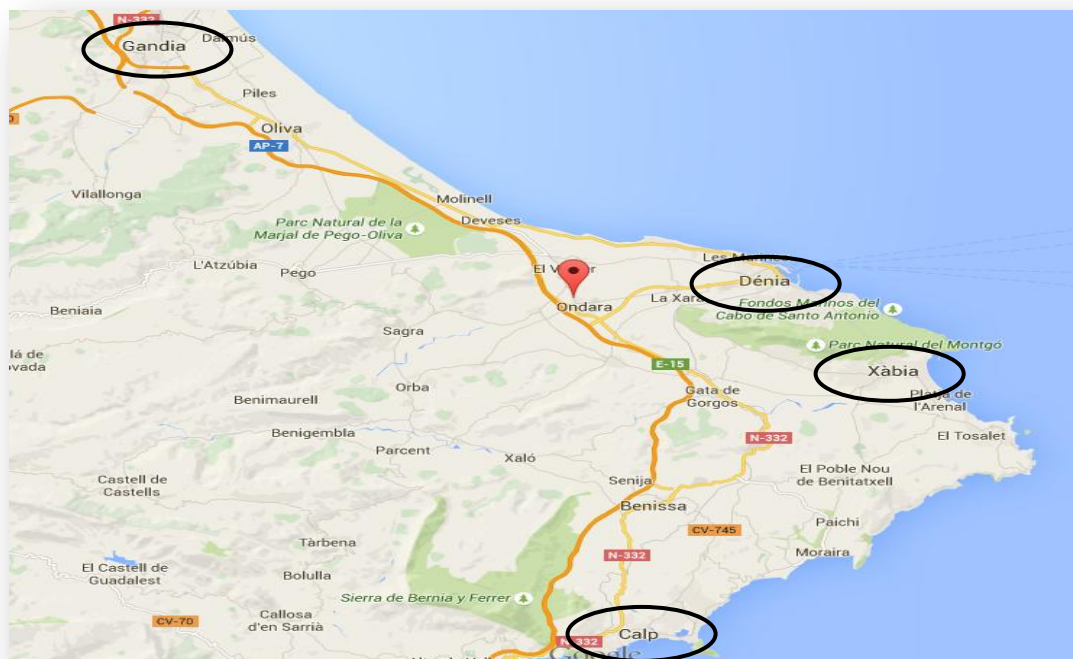
<sup>6</sup> En cada visita que realiza la Inspección de Trabajo y Seguridad Social en un centro de trabajo, el funcionario actuante extiende diligencia en el Libro de Visitas.

- Acceso a Internet.
- Coste de alquiler bajo.
- Buena comunicación.
- Tamaño del local adecuado para tres trabajadores.

Tras analizar todas estas características, hemos elegido un local ya habilitado para oficinas y que se encuentra ubicado en una planta baja del municipio de Ondara (Alicante). Nos hemos decantado por elegir un local en esta localidad por la principal característica que nos ofrece la población: su excelente comunicación con el resto de la comarca, la Marina Alta, pues está a medio camino de localidades importantes y que son centro de una gran actividad turística como Dénia (que está a 6 km), Javea (que dista 10 km) o Calp (a tan sólo 18 km). Tiene la salida del peaje a menos de 1km por lo que es de fácil acceso y está a mitad de camino entre las dos ciudades más importantes de la Comunidad Valenciana, que son Valencia y Alicante.

Hemos decido en los primeros años de la empresa alquilar estas oficinas ya que en el caso de que en unos años la empresa no llegara a dar sus frutos sería más fácil dejarlas que si invertimos bastante dinero en la compra de un local. Estas oficinas se encuentran más concretamente en la calle Doctor Barraquer, 35-Bajo.

Ilustración 2: Mapa de localización donde estará Catchme.



Fuente: Google Maps, 2015.



Ilustración 3: Mapa de localización del local Catchme.



Fuente: Google Maps, 2015.

## 5.3 Distribución en planta

---

Hemos adquirido un local que tendrá 80 metros cuadrados. Está distribuido de manera muy cómoda y funcional. En primer lugar nada más entrar al local estará la persona que se encargará de la parte administrativa y también de atender si vienen proveedores o clientes en busca de información. Luego los tres siguientes departamentos servirán para la dirección/encargada del departamento de informática en un principio contaremos con dos informáticos uno en cada despacho y por último tendremos una sala de reuniones que ahí será donde nuestro comercial presentará nuestra idea de negocio a nuestros proveedores. Pero la idea es que es comercial no esté mucho tiempo en la oficina dado que su misión es que nuestro negocio llegue al mayor número de personas posible.

Este boceto de lo que sería nuestro local lo hemos elaborado gracias a un programa online que te permite diseñar cualquier espacio que desees. La distribución sería la siguiente:



Ilustración 4: Distribución del local.



Fuente: Elaboracion propia, 2015.

## 6. Recursos humanos y Estructura organizativa

---

En este tema pasaremos a desarrollar la parte de recursos humanos de la empresa, decir del personal que nos ayudará a que nuestra empresa vaya creciendo. Esta parte de recursos humanos es muy importante porque cambia mucho de tener unos empleados a tener otros que estén mejor preparados y más competentes. Esto hará que a nuestra empresa la vean de una manera o de otra. También analizaremos el sitio de trabajo de cada uno de los empleados por la misma razón, para asegurar que sean competentes y que realicen bien su trabajo. Pero ahora entraremos en más profundidad en el siguiente apartado.

### 6.1 Recursos humanos

---

Antes de empezar a analizar los puestos de trabajo de cada uno de los empleados debemos de tener claro cuáles son las funciones de cada puesto para encontrar a la persona adecuada. De esta manera lograremos que nuestra empresa llegue a sus objetivos.

Ducceschi<sup>7</sup> define esta técnica como: “el proceso de determinar, mediante observación y estudio, los elementos componentes de un sitio de trabajo específico, la responsabilidad, capacidad y los requisitos físicos y mentales que el mismo requiere, los esfuerzos y riesgos que comporta y las condiciones ambientales en las que se desenvuelve”.

#### Análisis del puesto de trabajo individual

---

En nuestra empresa vamos a contar con cuatro trabajadores. Uno de ellos será el gerente y los otros serán tres trabajadores. El gerente, como su nombre indica, se encargará del tema de dirección y ayudará en el departamento de informática. Los tres empleados tendrán labores totalmente distintas. Uno de ellos se encargará del departamento de informática junto con el gerente. Tendremos otro empleado que se encargará del departamento comercial y el otro se encargará de la parte administrativa. A continuación explicaremos estos puestos de trabajo con más detalle.

---

<sup>7</sup> Ducceschi, M. Técnicas modernas de dirección de personal, Madrid: Ibérica Europea de Ediciones, S.A. 1982. Pág. 21.

## - Gerente/ Ingeniero informático.

En este caso en concreto el gerente de nuestra empresa tendrá dos funciones; la de dirigir la empresa y también estará como apoyo a nuestro departamento de informática ya que nuestro gerente tendrá como requisito el ser Ingeniero informático. Para ser un buen gerente deberá cumplir con estas funciones:

- Funciones como gerente: El gerente se encargará de dirigir y motivar a sus empleados, tratará de guiarlos y enseñarles el camino a seguir, todo esto lo hará de acuerdo con sus valores y actitudes que haya aprehendido. Al tratarse del gerente también tendrá que retransmitir a los subordinados toda la información necesaria que venga nueva del exterior para que puedan realizar bien su trabajo. Y como no es el encargado de si en la empresa hay algún tipo de problema será el que se encargará de tomar las riendas en el asunto.
- Funciones como informático: como informático se encargará de apoyar al otro informático de la empresa. Entre ellos dos llevarán todo el desarrollo software de nuestra tienda virtual y su posterior mantenimiento.

## - Empleados: Ingeniero informático.

Este empleado será el encargado del departamento de informática. Siempre que el gerente le pueda ayudar trabajarán mano a mano. Pero casi todo el trabajo recaerá sobre él. Nuestro informático deberá cumplir los siguientes requisitos:

- Deberá estar preparado para desarrollar cualquier actividad de desarrollo software que se le pida. Y una vez desarrollado todo el contenido también tiene que saber llevar un buen mantenimiento, deberá saber solucionar los continuos problemas que posiblemente vayan apareciendo.
- Deberá tener unos buenos conocimientos de los siguientes lenguajes: HTML, Java, JavaScript, SQL y Linux.
- Además deberá tener un nivel alto de inglés por si tenemos clientes de habla inglesa que también se pueda comunicar con ellos.
- Requisito imprescindible tanto para él como para el resto de empleados es que sepa trabajar en equipo y así conseguir un buen clima de trabajo.

## - Empleados: Comercial.

Nuestro comercial desempeñará un trabajo clave para nuestra empresa. Será el encargado de ir yendo por las diferentes empresas dando a conocer nuestros servicios. Sobre todo al principio irá acompañado del gerente de la empresa de esta manera se dan a conocer los dos. Para encontrar a un buen comercial nos basaremos en los siguientes requisitos:

- Nuestro comercial deberá tener lo que llamamos “don de gentes”, tiene que saber vender muy bien nuestros servicios a cualquier tipo de persona. Para ello tendrá que saber a la perfección los gustos de nuestros clientes y de esta manera anticiparse y proponer.
- Deberá tener muy claro el concepto de nuestra empresa y nuestros objetivos para realizar bien su trabajo. Sobre todo que tenga muchas ganas de trabajar y mucho entusiasmo con lo que hace y también mucha paciencia por si hay veces que el trabajo no sale como uno quiere, en estos momentos tiene que saber estar en su sitio.
- Al estar en continuo contacto con gente, pediremos que nuestro comercial tenga un nivel alto de inglés.
- Al igual que el resto de empleados, aunque sea el que menos estará en la oficina tendrá que saber trabajar en equipo y así conseguir un buen clima de trabajo.

## - Empleados: Administrativo.

Este empleado se encargará de la parte administrativa, lo que conlleva tener buenos conocimientos sobre contabilidad y finanzas. Ahora entraremos con más detalle con los requisitos necesarios para este empleado:

- Deberá tener buenos conocimientos sobre contabilidad, por tanto buscaremos un perfil de persona que tenga: la Diplomatura de empresariales, ADE o la Licenciatura de económicas.
- Otra de sus labores será atender a nuestros clientes si vienen a nuestro local, por tanto deberá tener un alto nivel de inglés y una buena presencia.

Estos serían los empleados necesarios para los primeros años de vida de nuestra empresa. Creemos que para los primeros años tenemos todas las necesidades cubiertas, pero si en unos años la empresa se expandiera somos conscientes de que necesitaríamos más personal, sobre todo para llevar las tareas de comercial. Si quisiéramos ampliar la empresa para llegar a otras zonas deberíamos contratar a comerciales para diferentes áreas.

## Motivación

---

Por Motivación se entiende la disposición de emplear grandes niveles de esfuerzo para alcanzar las metas de una empresa. Además, esa capacidad de esfuerzo ha de satisfacer alguna necesidad individual de la persona que la lleva a cabo.

Desde Catchme estamos convencidos que la mejor manera para que nuestros empleados rindan al máximo en su trabajo es que estén motivados. Por ello, cuando hablemos de motivación en Catchme vamos a tener en cuenta dos aspectos, el primero será el de las características de las personas que vamos a contratar y el segundo que vamos a tener en cuenta será las características del trabajo.

Respecto a las características de las personas vamos a intentar encontrar a empleados que tengan una actitud realmente positiva, que les guste trabajar en grupo, que sean conscientes que al tratarse de una nueva empresa muchas veces puede haber situaciones inesperadas y nos gustaría que trataran de actuar de forma rápida y con espíritu de lucha. Con esto queremos decir que nos gustaría que sintieran la empresa como suya, porque así consideramos que se involucrarán más, y que por la parte de dirección les haremos sentir que somos un equipo y que todos nos necesitamos, pero este tema lo explicaremos con más profundidad en el apartado de Liderazgo. Junto a ello, estamos convencidos que la motivación les puede llevar a proporcionar nuevas y buenas ideas, que siempre serán consideradas y escuchadas desde la directiva de Catchme.

Por otro lado podemos motivar a nuestros empleados teniendo en cuenta las características del trabajo, es decir, que por un trabajo bien realizado y sea dentro o fuera del horario laboral tengan compensaciones económicas. Cómo por ejemplo cuando lleguen las Navidades o vacaciones, trataremos de tener si la empresa se lo puede permitir tener algún tipo de compensación económica, esto a los empleados siempre les agrada. Otra característica que en Catchme vamos a tener muy en cuenta son las relaciones interpersonales, nos gustaría mucho que nuestros empleados establecieran buenos vínculos. Además de estas características tenemos que añadir que nuestros empleados gozarán de buenas condiciones de trabajo, desde dirección trataremos que nos les falte ningún recurso para realizar bien su trabajo.

Y por último, y no menos importante, está claro que un gran aliciente para la motivación en el trabajo es la seguridad en el trabajo, está claro que si los empleados sienten que van a tener empleo por mucho tiempo estarán más tranquilos y desde Catchme así lo deseamos porque sería

señal de que la empresa va por buen camino, pero al tratarse de una empresa tan nueva no podemos asegurar con certeza si eso será así. Por nuestra parte haremos todo lo posible.

## Liderazgo

---

En una empresa, las labores de un líder son asumidas por el gerente e implican mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen las tareas esenciales que hacen marchar a la compañía. Por eso, una buena dirección o liderazgo implica que el gerente tenga relación con cada una de las personas que trabajan en la empresa.

Así que, el gerente liderará tratando de convencer al resto de trabajadores para que aúnen sus esfuerzos en un proyecto de futuro para la empresa, que también implica un proyecto de futuro para cada uno de ellos. Para conseguirlo, es importantísima la planificación y la organización.

La dirección debe saber, por tanto, cómo es el comportamiento de cada individuo de la empresa tanto aisladamente como cuando forma parte de un grupo. Por ello, la dirección debe analizar cuál es el papel que juega cada trabajador como parte de la estructura de la empresa, una estructura que tendrá relaciones recíprocas entre sus diferentes integrantes; esas relaciones pueden ser positivas (concordancias y armonías) o negativas (oposiciones y contradicciones).

Por todo lo que acabamos de exponer, podemos afirmar que la importancia de la dirección de una empresa reside en que es la encargada de poner en marcha todos los planteamientos empresariales establecidos en las fases de organización y estructuración de la compañía. Junto a ello, cabe destacar que una dirección eficiente es fundamental en la moral de los empleados y, por consecuencia, en su productividad.

Es por esto que la calidad de la dirección de una empresa se puede medir fácilmente según la efectiva puesta en marcha de métodos de organización, en la eficiencia de los sistemas de control de la producción, así como en el logro de los objetivos marcados por la empresa. Por tanto, es tan importante el rol de la dirección que, a través de ella, se establece la comunicación necesaria para que la organización funcione.

Visto el concepto de Dirección, es momento de adaptarlo a nuestra empresa. Por ello, desde Catchme nos marcaremos una serie de principios sobre la dirección que deberán ser de obligado

cumplimiento por parte del gerente de la compañía y que harán de nuestra empresa una compañía constante y respetada por todos. Los enumeramos:

1) Impersonalidad de mando:

La Dirección de Catchme debe tener autoridad sobre sus empleados. Pero esa autoridad no debe ser entendida nunca, ni por el gerente ni por los trabajadores, como resultado de una voluntad personal, si no que surge como requerimiento para lograr los objetivos de la empresa.

2) De la supervisión directa:

El gerente de Catchme deberá ser un punto de apoyo y de comunicación con los empleados, sobre todo durante la ejecución de los planes empresariales ya que ello será de vital importancia para que estos se puedan realizar con mayor facilidad y cumplan finalmente con sus objetivos.

3) De la vía jerárquica:

Haciendo hincapié, de cierta forma, en lo que acabamos de afirmar en los dos puntos anteriores aseguraremos que una buena comunicación entre jefe y empleado es fundamental para que la empresa vaya bien. Pero al mismo tiempo, deben respetarse los canales de comunicación establecidos en la empresa para que, cuando se dé una orden, ésta sea transmitida a través de los niveles jerárquicos correspondientes a fin de evitar conflictos, fugas de responsabilidad, debilitamiento de autoridad de los supervisores inmediatos, y pérdida de tiempo. Cabe destacar que, en principio, la estructura de Catchme (Dirección más tres trabajadores) simplifica mucho esta vía jerárquica, pero no deberemos perder de vista nunca esta premisa para evitar el exceso de confianza que el pequeño tamaño de la plantilla puede generar, así como siempre debe estar presente esta jerarquía cuando nuestra empresa se consolide y crezca de tamaño en un futuro.

4) Resolución del conflicto:

La gerencia de Catchme siempre deberá tener bien presente que debe resolver cualquier problema que surja en la gestión en el mismo momento que aparezca. De lo contrario, si no se tomara relativamente pronto una decisión cuando surge un conflicto, por insignificante que éste pueda ser, se podría desarrollar y aumentar dicho conflicto hasta generar problemas más graves.

5) Aprovechamiento del conflicto:

La Dirección de Catchme siempre deberá tener presente que un problema que puede dar al traste con los objetivos y metas de nuestra empresa, siempre obligará a pensar soluciones para solventarlo, lo cual exigirá emprender diversas alternativas pero también puede aportar la posibilidad de visualizar nuevas estrategias empresariales.

Como resumen de este último capítulo podemos apuntar que la dirección de una empresa será eficiente cuando se encamine hacia el logro de los objetivos generales de la empresa. Para poder alcanzar esto, los trabajadores deben estar interesados en ellos, lo que será más fácil si sus objetivos individuales como personas son también satisfechos al mismo tiempo que se consiguen las metas de la propia empresa.

## 6.2 Estructura organizativa y organigrama

En nuestra empresa hemos escogido una estructura organizativa funcional. Mantendremos esta estructura mientras la empresa sea lo bastante reducida para que una persona dirija y supervise todas las actividades que se desarrollan en la empresa.

En principio nuestra empresa contará con una única socia, que se encargará de dirigir la empresa y del departamento de informática. De los otros departamentos se necesitará de personal adicional. Por tanto, se contratará una persona que se encargue del departamento comercial y otra para el departamento de administración.

Gráfico 10: Distribución de los departamentos.



Fuente: Elaboración propia, 2015.



En el departamento comercial, se tratará de gestionar los servicios con las otras empresas, esta persona tendrá un perfil comercial para conseguir contratos con las empresas que se asociarán a Catchme.

En el departamento de administración habrá una persona que se encargará de la gestión financiera, gestionar los recursos humanos y gestionar los trámites con las empresas. Y en el departamento de informática, nos haremos cargo de la página web, administrarla y gestionarla adecuadamente.

## 7. Creación de la página web

---

Dado que somos una empresa virtual estamos especializados en el sector del turismo, aunque nos gusta albergar otros sectores más comunes, nuestra especialidad será el turismo. En esta parte de la memoria, es decir la producción, tenemos que dejar claro por si aún no es así, que en Catchme no producimos nada. Somos una empresa que ofrece descuentos por servicio que realizan otras empresas que estarán en nuestra red de proveedores. Es decir, simplemente ponemos en contacto a nuestros clientes con nuestros proveedores para que ambos se beneficien de nuestras ventajas. Por una parte el proveedor o empresa asociada recibe nuevos clientes y los clientes se llevan un descuento por haberse registrado en nuestro portal web.

### 7.1 Tecnologías utilizadas

---

En este apartado vamos a explicar las tecnologías utilizadas para el desarrollo de nuestra web. Iremos explicándolas de forma que hemos ido utilizándolas.

#### HTML

---

HTML, las siglas se refieren a HyperText Markup Language que en español significan, lenguaje de marcas de hipertexto. Se trata de un lenguaje de informática que nos ayuda a programar páginas web. La característica de este lenguaje es la utilización de etiquetas que utiliza entre el texto y otros elementos de la página web. Estas etiquetas nos ayudan a interpretar dichos elementos. Se trata de un lenguaje descriptivo, esas etiquetas nos dicen: aquí va un título, aquí empieza un párrafo, aquí va una imagen,...

Para verlo mejor con un ejemplo, lo podemos hacer de la siguiente manera. En todos los navegadores, ya sea Chrome, Internet Explorer, Mozilla,... en todos ellos poder ver la opción de visualizar el código fuente de la página. En la siguiente ilustración os enseñaremos un ejemplo de la nuestra.

Ilustración 5: cómo acceder al código fuente de la página.



Fuente: elaboración propia, 2015.

Ilustración 6: parte del código de nuestra página web.

```
2 <html>
3 <head>
4 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8"/>
5 <title>Catch me</title>
6 <link rel="stylesheet" type="text/css" href="http://localhost/catchme/css/estilomain.css">
7 <link rel="stylesheet" type="text/css" href="http://localhost/catchme/css/formulario.css">
8 <link rel="stylesheet" type="text/css" href="http://localhost/catchme/css/article.css">
9 <link rel="stylesheet" type="text/css" href="http://localhost/catchme/css/masinfo.css">
10 <link rel="stylesheet" type="text/css" href="http://localhost/catchme/css/popup.css">
11 </head>
12 <body>
13 <header>
14     <div class="logo"><a class="titulo" href="index.php">Catch<br>me!<!--<img class="log
15
16     <div class="cab_dcha">
17         <div id="sesion">
18             <a href="registro.php?tipo=1">Registrate</a>
19             |
20             <a href="registro.php">Entrar</a>
21         </div>
22         <div id="listarCity">
23
24             <form action="" method="post">
25                 <select name="poblac" onchange="this.form.submit();">
26                     <option value="0" selected>Todos
27                     </option>;
28                     <option value="03517">ABDET
29 </option>
```

Fuente: elaboración propia, 2015.

HTML, ha evolucionado mucho en los últimos años, esto bien se sabe a su organismo internacional W3C (www.w3.org) que en los último años han ido sacando distintas versiones. Para la Web la última versión es la HTML 5. Esta última versión nos permite incluir contenido multimedia sin necesidad de incluir complementos o plugins en los navegadores.

## CSS

---

CSS, Cascading Style Sheets, u Hojas de Estilo en Cascada. Este lenguaje lo utilizamos para darle estilo a nuestra página web. Estas hojas de estilo son el complemento ideal para cuando estemos desarrollando una página web con HTML. Porque utilizando solamente HTML también le podemos dar formato a los elementos de la página pero no es lo más adecuado.

¿Por qué? Porque si queremos por ejemplo remarcar un cierto texto en negrita y lo hacemos con HTML veremos que lo tendremos que hacer en todos los lugares, uno por uno. Esto a fin de cuentas esto es un engorro por esto se decidió separar la estructura de la página web de la presentación y ahí fue cuando se empezó a utilizar CSS. De esta manera no tienes que pensar en el formato cuando añades contenido, ni en el contenido cuando estas aplicando el formato.

Ilustración 7: ejemplo de css.

Este tipo de lenguaje se escribe en archivos de texto siempre con la extensión .css y para que HTML los reconozca, estos archivos los tenemos que enlazar en el archivo .html y lo haríamos de la siguiente manera:

```
<link rel="stylesheet" type="text/css"
href=http://localhost/catchme/css/formulario.css>
```

Y este link haría referencia al código css de la derecha, es decir, el de nuestra página web, de esta manera si queremos modificar algún estilo en nuestra web lo haríamos directamente desde el .css

```
fieldset{
-moz-border-radius: 7px;
border: 1px #cccccc solid;
padding: 10px;
width: 550px;
margin-top: 10px;
}
fieldset legend
{
border: 1px #1a6f93 solid;
color: black;
font-family: Verdana;
font-weight: none;
font-size: 13px;
padding-right: 5px;
padding-left: 5px;
padding-top: 2px;
padding-bottom: 2px;
-moz-border-radius: 3px;
}

/* Label */
label
{
width: 140px;
padding-left: 20px;
margin: 5px;
float: left;
text-align: left;
}
```

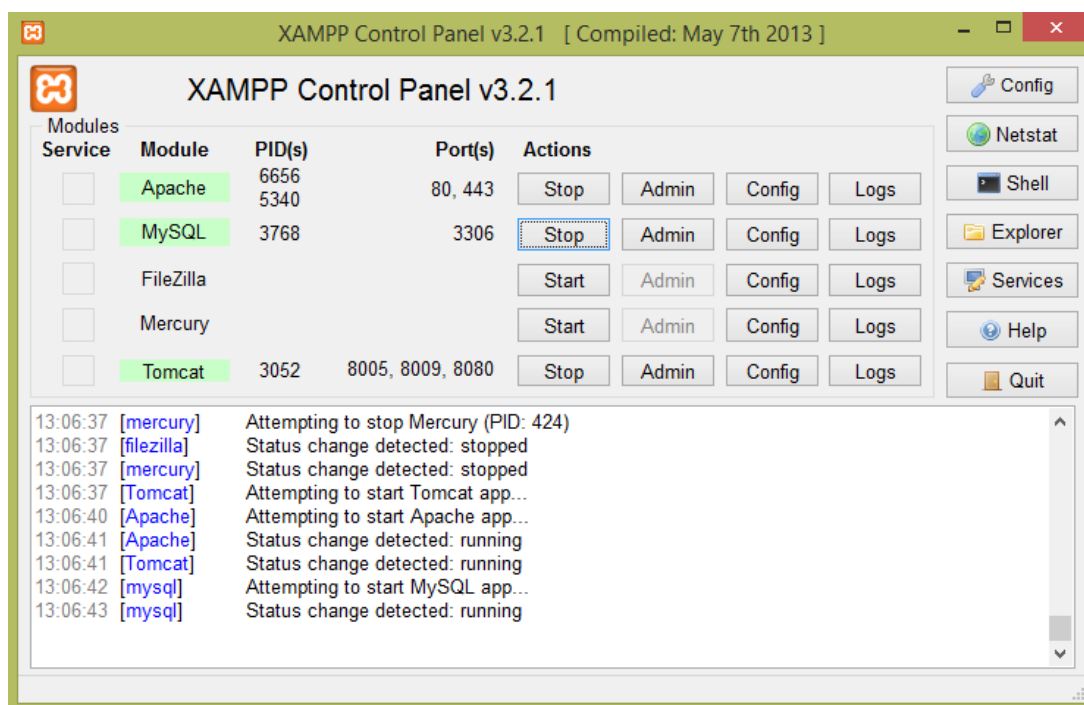
Fuente: elaboración propia, 2015.

## Servidor Apache

Hemos tenido que apoyarnos en un servidor web, en nuestro caso Apache para poder servir y entregar nuestra página web. Hemos elegido este ya que se trata de un software de código libre lo que hace que su uso sea totalmente configurable. Gracias al instalarlo en nuestro equipo este servidor nos proporciona numerosas ventajas. Cómo por ejemplo: nos permite ver nuestra página web antes de subirla a la red, vemos de forma local las páginas que hemos implementado en php, apache es el intermediario entre internet y nuestro ordenador.

Pero la mayor ventaja es que al instalar este servidor en nuestro PC automáticamente disponemos del paquete XAMPP que incluye Apache, PHP y la base de datos MySQL. Todas estas tecnologías son las que hemos utilizado para implementar nuestra página web y que a continuación explicaremos de forma más detallada.

Ilustración 8: ventana del paquete XAMPP.



Fuente: elaboración propia, 2015.

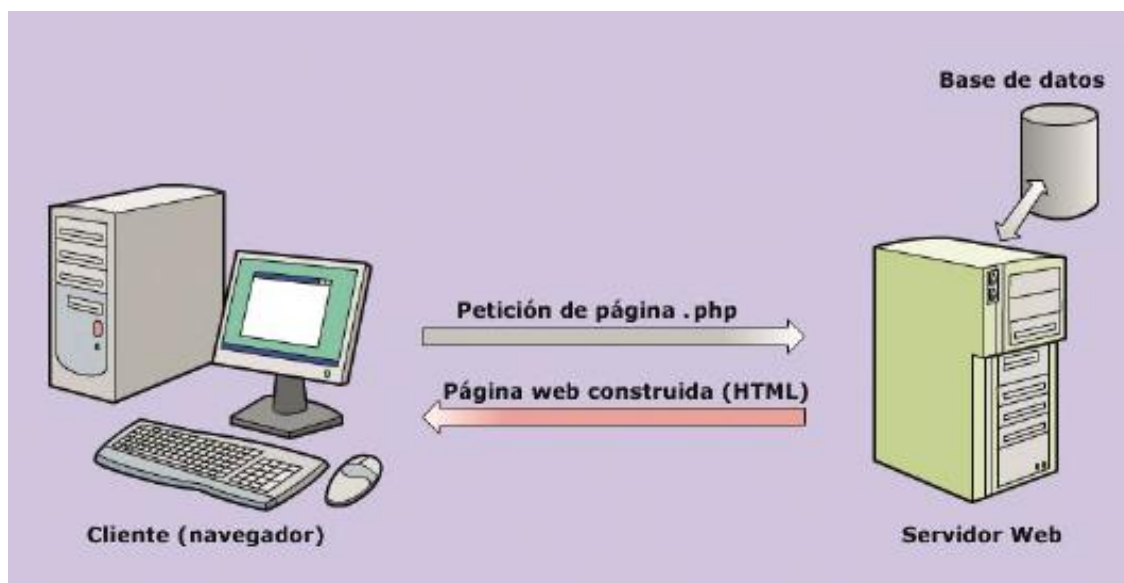
Una vez tenemos instalado el paquete XAMPP se nos creará de forma automática una carpeta htdocs. En esta carpeta ubicaremos nuestras páginas php para poder verla de forma local a través de la url <http://localhost>.

## PHP

Llegados a este punto, es decir que ya tenemos el paquete XAMPP instalado, como se ha dicho anteriormente ya podríamos ver nuestra páginas que hemos escrito en php. Pero vamos a explicar un poco en qué consiste la tecnología PHP.

PHP (Hypertext Pre-processor) se trata de un lenguaje de programación de página web dinámicas. Es de los más usados hoy en día por ser de código libre y porque se parece a muchos otros lenguajes a la hora de programar. Además una de sus mayores ventajas es que es invisible al navegador por lo tanto se trata de un código muy seguro. Y funciona de la siguiente manera: el servidor es el que se encarga de ejecutar el código, una vez le llegue al servidor web una solicitud este reconoce que es .php entonces el servidor web le pasa la página al intérprete PHP y este le devuelve la página correspondiente. Por último es el cliente el que recibe una página web no el código, por esta razón se trata de código seguro. En la siguiente imagen se ve de forma más clara.

Ilustración 9: proceso de petición de una página web.



Fuente: manuales de un curso de desarrollo web que realice.

## JavaScript

---

JavaScript es un lenguaje de programación y el cual es ejecutado por el navegador, nos sirve para añadir funcionalidad. Es muy útil para crear contenido dinámico, como puede ser el validar algún formulario, todo esto sin la necesidad de volver a solicitar la página al servidor.

En el caso de nuestra web lo hemos utilizado para ventanas emergentes, como muestra la siguiente imagen.

Ilustración 10: ventana emergente de nuestra web para recibir el descuento.



Fuente: elaboración propia, 2015.

Este lenguaje de programación lo escribiremos junto con el resto de código de nuestra web. Lo haremos junto con el código HTML, o también tenemos la opción de hacerlo en un archivo independiente siempre que tenga la extensión .js. Siempre lo pondremos entre las etiquetas `<script>` y `</script>` junto con el atributo `type="text/javascript"`.

## MySQL

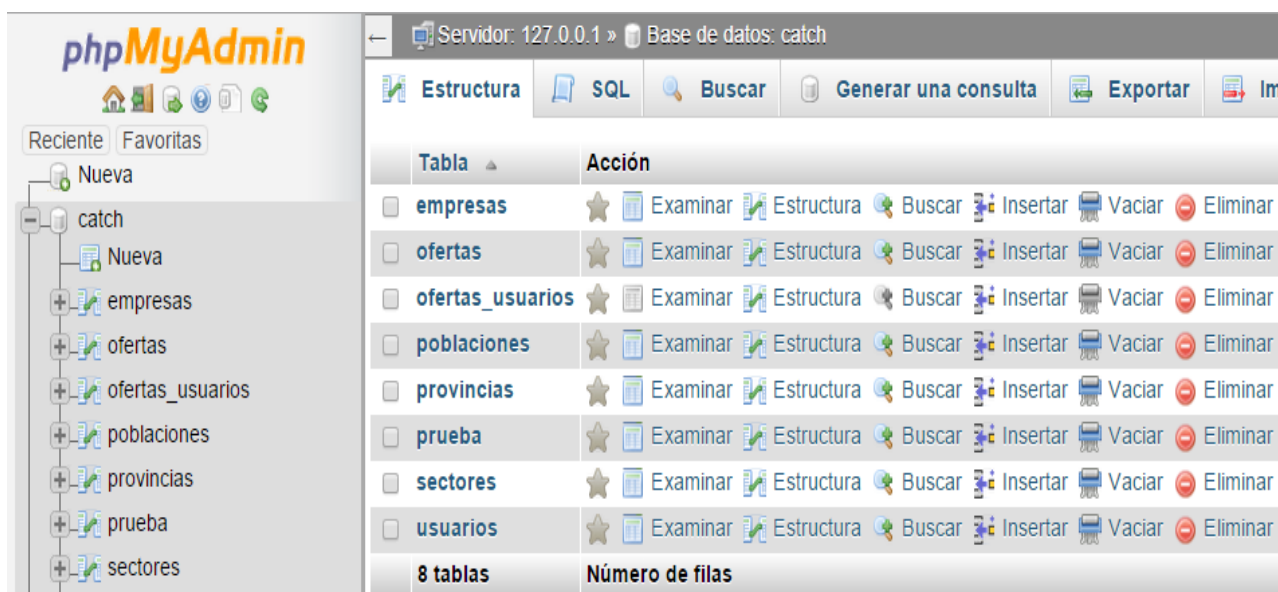
---

Como lo que estamos creando es una tienda virtual tenemos la necesidad de apoyarnos en una base de datos. La necesitamos para almacenar toda la información de nuestros clientes, de las ofertas, de nuestros proveedores,...

Por ello nos hemos decidido por utilizar MySQL porque es la herramienta más utilizada junto con PHP. MySQL se trata de una base de datos libre y gratuita. Es otra herramienta que viene incluida en el paquete XAMPP.

Una vez llegados a este punto nos toca crear toda nuestra base de datos, y para ello hay muchísimas aplicaciones pero nosotros nos hemos decidido por utilizar PHPMyAdmin, ya que también va dentro del paquete XAMPP. En la siguiente ilustración podremos observar como quedaría nuestra base de datos realizada con la aplicación PHPMyAdmin.

Ilustración 11: aplicación PHPMyAdmin para la gestión de nuestra base de datos.



Fuente: elaboración propia, 2015.

## 7.2 Página Web

Nuestra página web es muy fácil de moverse por ella, es bastante simple e intuitiva, lo hemos pensado así para que cualquiera persona, ya sea joven o mayor, pueda adquirir los descuentos de la forma más fácil.

Lo primero con lo que se encuentran nuestros clientes cuando acceden a [www.catchme.com](http://www.catchme.com) es lo siguiente:

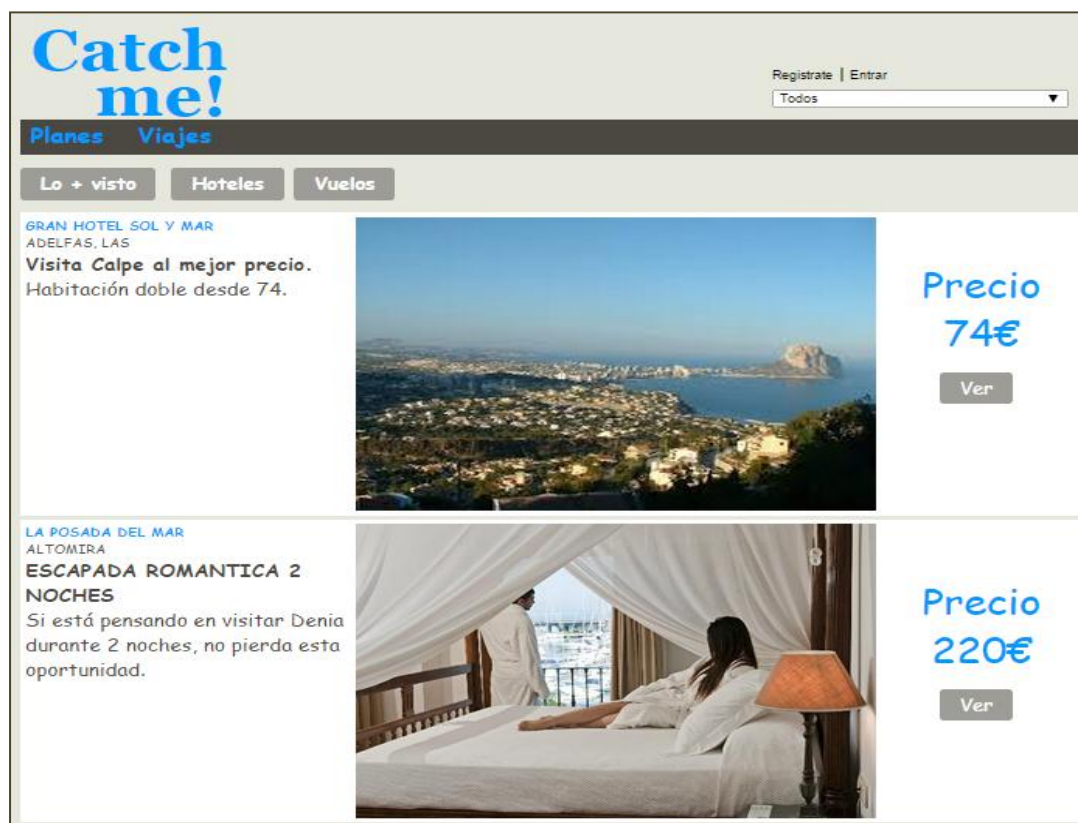


Ilustración 12: página principal de Catchme.com (parte 1)



Fuente: Elaboración propia, 2015.

Ilustración 13: página principal de Catchme.com (parte 2)



Fuente: Elaboración propia, 2015.

En las dos figuras anteriores que hemos visto sería la página principal de nuestra web. En ella podemos ver todas las ofertas que hay en ese momento. En cada oferta podemos observar que aparece el nombre de la empresa, el nombre de la oferta, una pequeña descripción y el precio.

Además de la página principal tenemos una dos subventanas. Estas se han hecho para diferenciar los tipos de ofertas. Estas dos categorías se llaman PLANES Y VIAJES. Dentro de Planes y Viajes podemos encontrar diferentes subcategorías:

Tabla 5: Tabla con las distintas categorías de nuestra web.

Planes	Viajes
Lo + visto	Lo + visto
Restaurantes	Hoteles
Salud y belleza	Vuelos
Ocio y actividades	
Cursos	

Fuente: Elaboración propia, 2015.

En cada recuadro esta la oferta con el nombre, una breve descripción, una imagen y por supuesto el precio. Debajo de cada precio tiene un botón en el que pone VER, si se pulsa sobre él podrán obtener una descripción más detallada sobre la oferta.

Ilustración 14: Muestra el contenido de la oferta seleccionada.

**Catch me!**

Regístrate | Entrar

Todos

**Planes Viajes**

Lo + visto Restaurantes Salud y Belleza Ocio y Actividades Cursos

**RESTAURANTE BENITO**  
ALTOMIRA

Saborea un auténtico arroz mediterráneo, fideua o llandeta ¡Déjate deleitar por la auténtica cocina mediterránea de la mano de uno de los mejores restaurantes de la Comunidad Valenciana: El Restaurante Benito de Dénia!

**Dto. 12,50%**

**Adquirir**

**Descripción**

Ensalada de la casa  
Entrante a elegir entre: Croquetas variadas Revuelto de gambas y verdura  
Pimientos del piquillo rellenos figatells Embutido  
Plato Principal a elegir entre:  
Arroz meloso  
Arroz negro  
Paella valenciana  
Paella de coliflor y bacalao  
Fideua  
Llandeta  
\*Plato principal para 2 personas mínimo Postre a elegir y Primera bebida (cerveza, vino, refresco o agua).

**Condiciones**

- Precio por persona  
- Compra mínima: 2 unidades pero puedes comprar las que quieras  
- Imprescindible realizar reserva previa al teléfono 96 578 19 70  
- Indicar el plato principal elegido al realizar la reserva  
- Horarios: 12:30h. a 16:00h - 20:00h a 23:30h. de Lunes a Domingo  
- Dispones de 3 meses para utilizar tu cupón, excepto Navidad, Fin de año y Reyes.  
- No olvides llevar tu cupón impreso.  
\*\*Cancelaciones con un mínimo de 24 horas, si no se dará por disfrutado.

**Localización**

Restaurante Benito  
Calle La Mar,11  
03700 ALTOMIRA

Fuente: Elaboración propia, 2015.

Ilustración 15: Muestra el contenido de la oferta seleccionada.

**Catch me!**

Bienvenido Dora[Cerrar Sesión]

Todos

**Planes Viajes**

Lo + visto Restaurantes Salud y Belleza Ocio y Actividades Cursos

**DANIYA DENIA**  
ALTOMIRA

**Beauty Party Danyina**  
Spa & pack Belleza(dos tratamientos a elegir).

**Precio**  
**68€**

**Adquirir**

Descripción	Condiciones	Localización
Masaje 30 minutos Cuidado facial Cuidado de manos Cuidado de pies Exfoliación corporal Maquillaje.	Precio por persona. Mínimo dos personas.	Daniya Denia  Ctra. Les Marines, KM 0.5, c/ La Sardinia 11 03700 ALTOMIRA  www.daniyadenia.com

Fuente: Elaboración propia, 2015.

En el momento que se ha pulsado en el botón VER aparecerá algo parecido a lo que se puede apreciar en las dos imágenes anteriores. Es decir, el nombre del lugar con su respectiva imagen, una breve descripción, las condiciones para la oferta y la localización. Como se puede apreciar debajo del precio ahora el botón a cambiado de VER a ADQUIRIR, esto significa que ahora solo nos faltaría registrarnos en el portal web y así podríamos adquirir nuestro descuento.

Es muy fácil el registro en nuestra página web. Tan solo tienes que ir a la parte superior de cualquier página de nuestra tienda y darle en registrar.

Ilustración 16: Muestra donde te puedes registrar.

**Catch me!**

Registrar | Entrar

Todos

**Planes Viajes**

Lo + visto Restaurantes Salud y Belleza Ocio y Actividades Cursos

Fuente: Elaboración propia, 2015.

Una vez hayas pinchado en registrar te aparecerá la siguiente página donde tendrás que rellenar unos datos, que no le llevará al cliente ni 40 segundos. En este apartado se pide el nombre, un e-mail, tu población o la población de donde quieres ver si hay algún comercio asociado para

obtener el descuento y por último una contraseña para cuando quieras volver a entrar tan solo poniendo tu usuario (que será el correo electrónico y la contraseña) ya podrás tener acceso.

Ilustración 17: página donde te pide los datos del registro.



The screenshot shows the 'Catch me!' website's registration page. At the top left is the logo 'Catch me!'. To the right are links for 'Registrate' and 'Entrar', and a dropdown menu set to 'Todos'. Below the logo is a dark navigation bar with 'Planes' and 'Viajes'. The main heading is 'CUENTA'. A 'Registrarse' button is at the top left of the registration form. The form contains fields for 'Nombre:', 'Email:', 'Poblacion:' (with a dropdown menu showing 'ABDET'), and 'Contraseña:'. A 'Registrar me' button is at the bottom right of the form.

Fuente: Elaboración propia, 2015.

Cuando ya hemos rellenado todos los datos que nos pide el cuestionario anterior nos saldría esta página.

Ilustración 18: página final de nuestro registro.

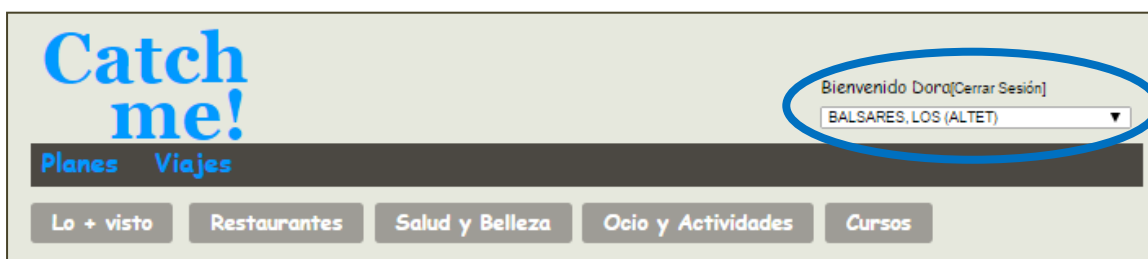


The screenshot shows the 'Catch me!' website's login page. It has the same header and navigation bar as the registration page. The main heading is 'CUENTA'. A 'Conectarse' button is at the top left of the login form. The form contains fields for 'Email:' (with the text 'doracebollaperello@gmail') and 'Contraseña:' (with masked characters). A 'Inicio sesión' button is at the bottom right of the form. Below the form, it says 'BIENVENIDO Dora.' followed by a '[Continuar]' link.

Fuente: Elaboración propia, 2015.

En estos momentos solo tendríamos que darle a Continuar y volveríamos a la página dónde estabas anteriormente. Y en la parte superior aparecería tu nombre y la opción de Cerrar Sesión.

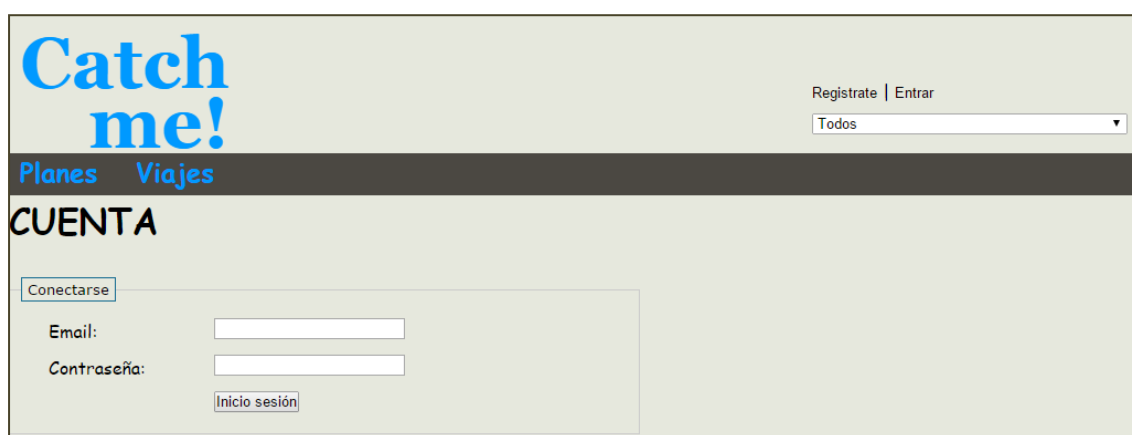
Ilustración 19: página donde aparece que el usuario ya se ha registrado.



Fuente: Elaboración propia, 2015.

En el caso de que el usuario ya se hubiera registrado en nuestra web anteriormente, le aparecería directamente la ilustración 11. En esta imagen vemos que como ya está registrado lo único que tiene que hacer es escribir su e-mail, su contraseña y darle a iniciar sesión para poder acceder a descargarse el descuento que más desee.

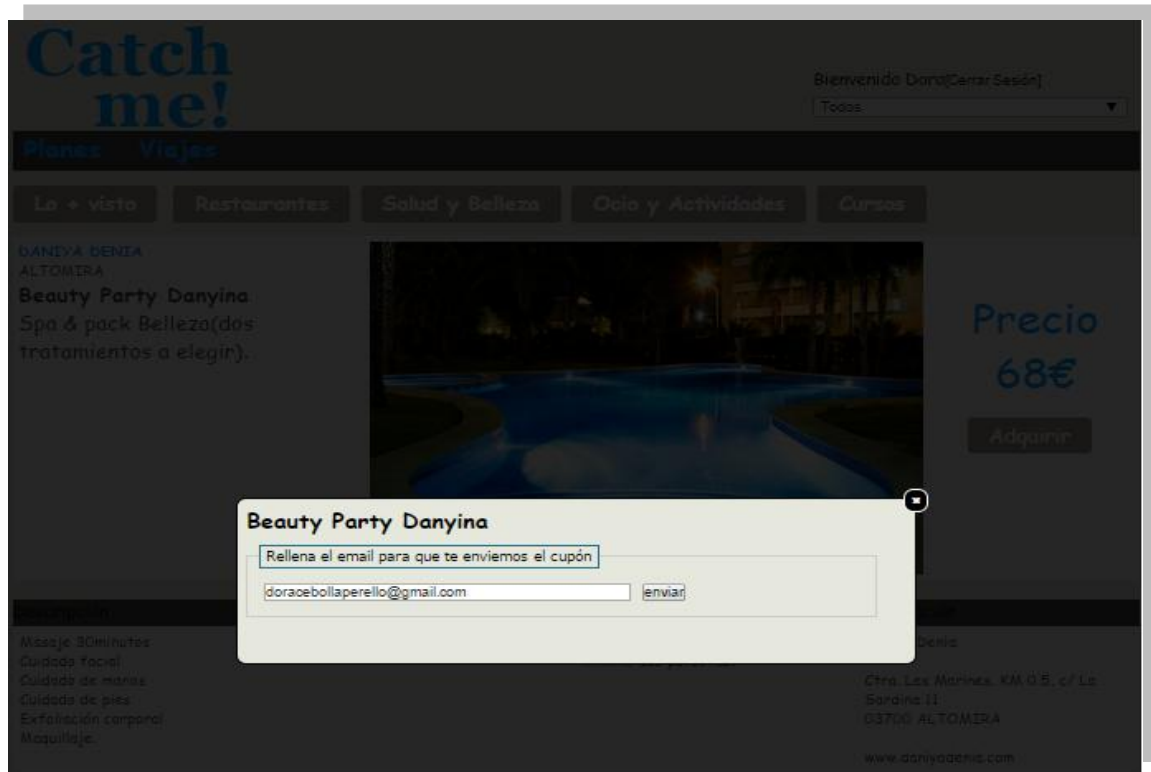
Ilustración 20: página que aparece si el usuario ya estaba registrado.



Fuente: Elaboración propia, 2015.

Por último nos faltaría ver que pasa después de darle al botón de Adquirir. Nos saldría esta imagen que como ya nos hemos registrado directamente nos pone nuestro correo electrónico y solo tendríamos que darle al botón de enviar y en pocos segundos recibiríamos en nuestro correo electrónico un e-mail con el descuento, este lo tendríamos que imprimir y presentarlo en el comercio asociado o bien enseñarlo con nuestro móvil (en este caso si el usuario tiene configurado en su dispositivo móvil el correo que ha introducido como registro).

Ilustración 21: página que aparece si el usuario ya estaba registrado.



Fuente: Elaboración propia, 2015.



## 8. Plan de Marketing

---

Llegados a este punto, vamos a abordar cuál será la estrategia de Marketing Mix seguida por Catchme. Producto, Precio, Promoción y Distribución (las conocidas como “Cuatro P’s”) son los factores variables clave para una toma de decisiones que sea adecuada y correcta en la comercialización de un servicio en su respectivo mercado; todo ello forma el Mix del Marketing. A continuación vamos a ver cada uno de esos factores.

### 8.1 Segmentación del mercado

---

A la hora de comercializar un producto, es una tarea básica segmentar en grupos los clientes a los que se dirigirá nuestra propuesta. Ello nos permitirá dirigirnos a grupos pequeños de consumidores homogéneos que comparten toda una serie de características comunes, como pueden ser su estilo de vida, clase social, intereses comunes...

Para realizar una buena segmentación del mercado al que se destinarán los productos y servicios de Catchme, debemos seguir una serie de variables que nos permitirán definir el grupo de consumidores que tienen las mismas necesidades. Hay que destacar que estas variables pueden ser tanto objetivas como subjetivas. Veámoslas:

#### Variables objetivas

---

- Variables demográficas: nuestros consumidores se pueden segmentar según características como su sexo, estado civil, edad,...
- ✓ Edad: nuestro cliente objetivo son las personas con un rango de edad de entre 18 y 44 años porque tienen más conocimientos tecnológicos y no les será tan difícil moverse por la red.
- ✓ Sexo: por regla general, la mujer consume más que el hombre, pero en Catchme no consideramos esta variable importante para delimitar a nuestro cliente.
- ✓ Estado civil: a día de hoy, son múltiples las combinaciones de variables dentro de este sector; podemos delimitar entre solteros, casados con hijos, casados sin hijos, jóvenes casados, divorciados, viudos... Pero tampoco consideramos en Catchme esta variable importante para segmentar en nuestro mercado, no creemos que el estado civil influya.

- Variables geográficas: en los inicios de Catchme si que será una variable a tener en cuenta ya que solo podrán gozar de nuestros descuentos gente que venga o bien resida en la comarca de La Marina Alta.
- Variables socioeconómicas: Aquí podemos diferenciar entre varios tipos o clases de variables ya que no nos importa la clase social o el nivel de ingresos de nuestros clientes.
- Variables de comportamiento: Aquí distinguimos factores como la categoría del consumidor y la frecuencia de uso, que en ninguno de los dos casos nos interesa distinguir nuestro cliente objetivo.

## Variables subjetivas

---

- Beneficios buscados: nuestro cliente objetivo busca el menor precio al que pueda obtener un producto o servicio deseado
- Hay muchos más tipos de variables subjetivas, como pueden ser el estilo de vida (familiares, hogareños, hippies,..), la personalidad (ambicioso, líder, extrovertido, tímido,..) y las actitudes hacia el servicio (expresa el propio sentimiento o percepción que se tiene hacia el servicio o producto que se ofrece en el mercado) pero en Catchme no creemos que nos afecten estas variables a la hora de vender nuestros productos o servicios por nuestro gran abanico de opciones.

Una vez analizadas todas las variables para realizar una buena segmentación del mercado actual, hemos llegado a la conclusión que por el tipo de empresa que somos, ya sea por cualquiera de nuestros productos o servicios, nuestros clientes potenciales estarían entre un rango de edad de entre 16 y 44 años. Además al tratarse de una empresa virtual no existen barreras geográficas, ya que aunque empecemos ofrecido ofertas en la Marina Alta, cualquier persona ya sea de España o de cualquier parte del mundo que venga de viaje a nuestra zona, podrá obtener su descuento y disfrutar de nuestros servicios.



## 8.2 Producto o servicio

---

En Catchme un producto o un servicio puede llegar casi a ser lo que el cliente desee, pues nuestro objetivo es ser un contenedor de todo tipo de servicios para todo tipo de gente, desde los que están todo el año en la Marina Alta hasta los que vienen sólo de vacaciones.

Partiendo de esta filosofía empresarial, de que en Catchme tenemos un sinfín de productos y servicios: todos aquellos que oferten nuestras empresas asociadas (desde grandes inversiones como viajes, automóviles, actividades de aventura... hasta las compras más habituales en los pequeños comercios de la zona como bares, restaurantes,...).

Por ello, cuando hablamos en Catchme sobre producto o servicio, nos cuesta mucho especificar, porque realmente podrá ser cualquier cosa que se venda en alguno de nuestros comercios asociados.

Por todos estos motivos hemos trataremos de tener buenas relaciones con las empresas que se dedican a todo ello para poder ofrecerles a nuestros clientes los mejores productos/servicios.

## 8.3 El precio

---

Partiendo de la premisa que en Catchme verdaderamente no vendemos nada (lo hacen las empresas asociadas), hay que destacar que no tenemos una política de precios establecida en nuestra compañía; son las empresas asociadas a nuestra red las que establecen sus precios. Sin embargo, nuestro poder para obtener el mejor precio último para el cliente reside en los descuentos que obtendrán los usuarios finales y que pactamos con las empresas asociadas.

También queremos destacar que, para fijar el precio final, hay que tener en cuenta que el precio es una variable comercial clave en la diferenciación de nuestro negocio respecto de la competencia, como ya hemos apuntado en capítulos anteriores de este mismo Proyecto.

Catchme sacará al mercado los servicios o productos de cada uno de sus comercios asociados al precio que estos se encuentren en la calle. Sin embargo, junto al precio real informaremos a los clientes del descuento que se le aplicará por comprar con nosotros. También se le informará del porcentaje que sobre su facturación final cobraremos por nuestros gastos de gestión; ese porcentaje se le aplicará al comercio, y no al propio cliente.

A pesar de que intentaremos que nuestro porcentaje sea una cifra fija, ello no significa que por cada compra Catchme ingresará una cuantía substancial de dinero, pues habrán compras que serán de un valor pequeño y por las que, lógicamente, ingresaremos poco dinero. Sin embargo, creemos que la mejor forma de actuar comercialmente para nuestra empresa es esa: la de basarnos en un porcentaje fijo, ya que así estandarizamos el margen de beneficios que obtenemos por cada compra. También es verdad que, para algunos productos o servicios concretos, podremos negociar con la empresa un margen mayor o menor según sus características.

Es momento ahora de acordar cuál será nuestra comisión por la gestión de las compras: por cada servicio o producto contratado desde nuestra página web o desde nuestra oficina, ganaremos el 10% de su valor. Por otra parte, con las empresas asociadas pactaremos descuentos para el cliente que irán del 15% al 50%, según las promociones y el tipo de producto que sea.

Cabe recordar, como ya hemos explicado en páginas anteriores, que contaremos con excelentes acuerdos comerciales con nuestros proveedores, con lo que garantizaremos los mejores precios y la calidad de nuestro servicio. Es por ello que contar con Catchme para realizar una compra va a convertirse en sinónimo de optimizar el presupuesto con el que contarán nuestros clientes para una adquisición, pues le estamos asegurando precios altamente competitivos. De esta forma, los tres agentes implicados en la compra salen ganando:

- El cliente se beneficia al llevarse un descuento sobre un producto que, de todas maneras, hubiera comprado.
- La empresa asociada, pese a ver rebajadas las ganancias que obtiene en cada venta, también se beneficia pues cada día nuevos clientes accederán a sus productos, de manera que verá incrementado su volumen de negocio y, al final, también sus beneficios.
- Catchme estará satisfecho por ayudar a la gente a que ahorre en sus compras y por ayudar a los negocios a aumentar su facturación anual, al mismo tiempo que por hacer de intermediarios ganamos un capital.

Pero pasemos a ver mediante un ejemplo cuál es la forma de operar de Catchme: Hasta nuestra web llega un cliente que quiere reservar una habitación en un hotel de Dénia durante todo un fin de semana; cabe recordar que, si la intención de esa persona es pasar el fin de semana en Dénia, contratará de todas formas una habitación en un hotel, bien sea a través de nosotros, directamente consultando el listín telefónico, o a través de cualquier portal específico de búsqueda de hoteles.

Como este cliente conoce las ventajas de Catchme, decide buscar un hotel con nosotros y consulta el listado de hoteles asociados a nuestra empresa, contratando en uno de ellos su habitación. Debemos tener en cuenta que si no hubiera entrado en nuestra web, el cliente finalmente iría también a Dénia pero lo más seguro es que hubiese terminado contratando la habitación en un hotel distinto al que lo ha hecho, con lo que el hotel ya ha tenido un beneficio por estar asociado con Catchme. Este es un ejemplo de publicidad que obtienen los establecimientos asociados de nuestra empresa.

Si la habitación doble con desayuno cuesta, a precio de mercado, 120€ por noche, la factura total del cliente sería de 240€ por las dos noches que pasará en el hotel. Sin embargo, en la siguiente tabla vamos a ver el resumen de compra, fijándonos en cuál es el precio final para el consumidor, cuánto gana Catchme y cuál es el beneficio real que obtiene el hotel asociado:

Tabla 6: ejemplo de compra en Catchme.

	GASTO	GANANCIAS CON CATCHME
Cliente	240€	20% de descuento = 48€
Hotel	20% para el cliente = 48€ 10% para Catchme = 24€	70% de la compra = 168€ (+ un posible nuevo cliente)
Cacthme	-	10% de la compra = 24€

Fuente: Elaboración propia, 2015.

## 8.4 Promoción

---

La Promoción servirá para dar a conocer nuestros productos y servicios y, al mismo tiempo, poder influir en sus ventas (con la intención de incrementarlas). En Catchme optaremos por promocionar nuestros servicios a través de las consideradas cuatro formas tradicionales. Pasemos ahora a ver cuáles son:

### Publicidad

---

Como publicidad entendemos el esfuerzo que hará Catchme para informar a sus potenciales clientes sobre qué productos y servicios ofrecemos, así como para persuadirlos de que éstos son mejores que los de la competencia, por ser más ventajosos o tener cualidades superiores. La

Publicidad tiene varias vías, como pueden ser la publicidad gráfica en los medios con soporte físico y en la vía pública, la publicidad a través de la televisión o la radio, el merchandising...Desde Catchme hemos pensado varias acciones publicitarias:

- Tarjetas de visita: su utilidad es ser una herramienta de identificación hacia nuestros clientes, para que conozcan tanto nuestra empresa como nuestros servicios. Es un elemento imprescindible en toda acción comercial, para que el cliente pueda ponerse en contacto con la propia empresa cuando lo desee.
- Página Web: como ya habíamos dicho anteriormente, se creará una página web de Catchme, S.L. con la URL [www.catchme.com](http://www.catchme.com). En esta website el cliente podrá informarse de qué servicios ofrecemos, un listado con los diferentes comercios que forman parte de Catchme y los descuentos que ofrecen...
- Posicionarnos en Google: es decir, que cuando los usuarios pongan en este principal buscador palabras clave como promociones, descuentos, Marina Alta... salga nuestra dirección web de entre las primeras del listado propuesto. Para conseguirlo deberemos contratar una campaña de adwords, algo similar a lo que deberíamos hacer en el caso de anunciarnos en Facebook.

Cabe recordar que el coste de una campaña de Adwords<sup>8</sup> se calcula mediante subasta, pues cuanto mejor posicionada queramos que aparezca nuestra dirección web más pagaremos; el importe quedará determinado en función de lo que pujen el resto de anunciantes o empresas interesadas en lo mismo que nosotros.

- Crear un correo electrónico en Gmail: activaremos una cuenta en Gmail, [catchme@gmail.com](mailto:catchme@gmail.com), tanto para recibir solicitudes de nuestros clientes como para enviarles información y documentación a través de ella.
- Registrarnos en Redes Sociales: como puedan ser Twitter o Facebook. Hoy en día, ya una gran parte de la sociedad (sobre todo la gente joven) así como un número cada vez más creciente de compañías, están registrados en las redes sociales para poder comunicarse entre ellos de una manera fácil y fluida. Su registro en estas redes suele ser gratuito, por lo que es un fantástico método para dar a conocer Catchme al público. Además, las redes sociales acumulan otra serie de ventajas, como:

---

<sup>8</sup> Google AdWords es el programa de publicidad online de Google que le permite llegar a clientes nuevos y hacer crecer su empresa.

- ✓ Ayudan a construir la imagen de la empresa.
- ✓ Constituyen un nuevo medio de contacto entre el cliente y la compañía, tanto para que una empresa pueda localizar a posibles consumidores como para que los clientes encuentren una empresa con unos servicios requeridos.
- ✓ Gracias a que son medios que se actualizan casi de manera instantánea, nos facilitan la obtención de la información deseada en cada momento.
- ✓ Por lo que se refiere a Facebook: cuando los usuarios de Facebook navegan por esta red, en el margen derecho de la pantalla aparecen diferentes anuncios. Por ello, deberemos aprovechar esta aplicación para darnos a conocer y crearnos demanda de nuestro producto, pues nos permite llegar a un tipo concreto de gente en función de su situación geográfica, edad, sexo, palabras clave, lugar de trabajo, idiomas, formación académica... Junto a ello, esta herramienta nos deja saber en todo momento cuál ha sido el rendimiento de nuestra publicidad, con datos a tiempo real; también podemos averiguar qué usuarios han clicado en nuestro anuncio así como, basándonos en esto, podemos hacer los cambios pertinentes para maximizar los resultados. Sin embargo, esta potente herramienta no es gratuita pues debemos pagar un importe de media por cada clic de ratón que se haga en nuestro anuncio. Actualmente esa tarifa diaria está comprendida en un rango que va de los 0,63€ a los 2,25€ por clic.

## Venta personal

---

El “boca a boca” con nuestros clientes (comunicación verbal) esta será una vía muy importante para nosotros, sobre todo a nivel comarcal. Por ello, se les informará a todos nuestros clientes de todos los servicios que ofrece Catchme, y será el propio cliente quien nos indique cuáles son sus necesidades para acoplar nuestra oferta a sus demandas y condiciones.

Ésta creemos que es la forma de comunicación más efectiva para que el usuario cree lazos de confianza, fidelidad, convicción y preferencia con nuestra empresa.

## Relaciones públicas

---

Por relaciones públicas entendemos la difusión de noticias comercialmente importantes acerca de Catchme para estimular nuestro volumen de negocio, así como el publicitar favorablemente nuestro producto comercial sin tener que pagar por ello.

Así, mediante una comunicación favorable que dé buena imagen de nuestra empresa, trataremos de construir buenas relaciones con los comercios a los que pretendemos captar para

nuestra red comercial, causándoles con ello un impacto positivo con un coste mucho menor al que implica otras formas de publicidad.

## Promoción de ventas

---

La promoción de ventas tiene la finalidad de estimular rápidamente la compra de determinados servicios o productos por parte de los consumidores, utilizando para ello toda una serie de incentivos a corto plazo. Cabe destacar que esta manera de actuar va implícita en la propia filosofía empresarial de Catchme, pues nuestra compañía precisamente trata de eso: de incentivar las compras mediante las promociones y descuentos que ofrecen un conjunto de comercios.

El objetivo general de toda promoción es vender un servicio o producto a través de la persuasión, la información y el recuerdo, por lo que las actividades promocionales suelen constituir una de las herramientas más efectivas de influencia sobre los clientes.

Pero además, la promoción también se fija otras finalidades como crear interés en nuestro producto o servicio, intentar diferenciar nuestra oferta de la competencia, o comunicar los beneficios de los productos de los que dispone nuestra compañía.

## 8.5 Distribución

---

Tradicionalmente, la distribución ha recibido poca atención en referencia a los servicios de venta debido a que siempre se ha considerado que es únicamente algo relativo al movimiento de elementos físicos. Sin embargo, una distribución efectiva va mucho más allá.

En el caso que nos ocupa, en el de Catchme, ponemos a disposición de nuestros clientes toda una serie de ofertas a las que pueden acceder. Esa distribución al cliente de nuestro principal valor, los descuentos ofrecidos, se realizará por medio de dos vías:

### Venta directa

---

La venta directa, la que lleva cara a cara el vendedor con su cliente, permite ventajas como poder tener un mejor control del servicio, obtener una diferenciación perceptible del servicio con respecto a nuestros competidores, o poder atender directamente las necesidades de nuestros clientes.

Nuestros usuarios, para obtener sus descuentos, podrán optar por esta opción: el cliente que lo desee sólo tendrá que acudir directamente a nuestra oficina para informarse de las ofertas y promociones que ofrece Catchme, registrarse in situ (y gratuitamente) y obtener todos esos descuentos directamente.

## La Ubicación no tiene Importancia

---

Otra forma de distribución de nuestro valor es aquella en la que la ubicación del cliente no importa. Para dar cabida a esta posibilidad, que básicamente será la más importante en nuestro cómputo de negocio, necesitaremos disponer de una página web a través de la que el cliente podrá obtener sus descuentos, así como de un número de teléfono que permita al usuario contactar fácilmente con Catchme.

Sin embargo, debemos tener en cuenta que para la forma de operar de nuestra empresa sí que será importante (incluso definitivo) la accesibilidad o disponibilidad física del servicio que el cliente quiera contratar. Es decir, mientras que si el usuario compra un producto a través de nuestra web y se beneficia de sus descuentos, este consumidor puede estar en cualquier parte del mundo (no importa su localización geográfica), cuando se trate de servicios a contratar (una habitación de hotel, una comida en un restaurante, unas sesión de spa...) sí que importará dónde se ubica físicamente el servicio, pues los usuarios (que deberán desplazarse hasta un lugar determinado para gozar de ese servicio) normalmente utilizarán la proximidad física como factor determinante para contratar o no una de esas prestaciones.

## 9. Plan de financiación

---

En Catchme creemos necesario establecer un buen plan financiero por ello creemos fundamental llevar a cabo esta tarea desde el mismo momento en el que nos planteamos fundar un negocio, pues es de los indicadores más importantes que nos revelará si debemos centrar nuestros esfuerzos en el proyecto, o desde el principio está abocado al fracaso por lo que no es rentable invertir más tiempo ni recursos en él.

Antes de empezar con nuestro plan de financiación queremos dejar claro que lo hacemos para cumplir unos ciertos objetivos, como son:

- ✓ Conocer la financiación a corto y largo plazo (Balance).
- ✓ Saber la viabilidad de inversión/negocio, gracias a los resultados previsionales.
- ✓ Cuantificar la rentabilidad de la inversión (VAN-TIR).
- ✓ Análisis de inversión (Ratios).

### 9.1 Balance de situación previsional

---

En esta primera parte de este capítulo vamos a analizar lo que se conoce como “Balance”. Éste es un documento contable que refleja la situación de la empresa en un momento determinado, en términos monetarios. Es decir, constituye un resumen financiero de las condiciones en las que se encuentra una empresa, de esta manera podremos saber la financiación necesaria en relación a nuestra empresa.

Veamos todo esto más detenidamente, y pongámoslo en relación con Catchme. En primer lugar, analicemos cuáles serán nuestros activos:

#### Activos

---

Debemos de tener en cuenta los activos de nuestra empresa, es decir, en que vamos a invertir. Si hablamos de las inversiones a corto plazo, estaríamos hablando la tesorería que es lo que nos ayudará a hacer frente a los gastos mensuales del primer año. Y si hablamos de las inversiones a largo plazo, hablaríamos principalmente de las inversiones en inmovilizado. Cosa que pasaremos a hablar a continuación:



- **Activo No Corriente**

Los Activos No Corrientes son una parte de la inversión global de nuestra empresa y constituyen una inversión a largo plazo. En Catchme optaremos por el alquiler del local donde ubicaremos nuestras oficinas, por lo que no necesitaremos realizar un importante desembolso económico para llevar a cabo esta inversión; sin embargo, por esta razón el local no formará parte del activo de la empresa.

La estructura de los activos fijos que conforman la empresa es la siguiente:

- **Inmovilizado Material:**

Se trata de inversiones que realizará la empresa, y se pueden concretar en:

- Mobiliario de oficina: principalmente compraremos mesas de trabajo, sillas, sillones, estanterías, armarios...
- Equipos informáticos y de procesamiento de la información; en concreto adquiriremos:
  - 3 ordenadores de sobremesa, uno para cada uno de los empleados que estará en la oficina.
  - 2 impresoras.
  - 1 fax.
  - 1 proyector.
  - 1 ordenador portátil, para el agente comercial.
- Utillaje: aquí se contemplarán principalmente utensilios de papelería como papel, corrector, grapadora, cuadernos, sobres, perforadora, tijeras, recibos, papeleras, revistas, material de escritura...

- **Inmovilizado Intangible:**

Son aquellas inversiones aparentemente intangibles que deberá tener con carácter estable nuestra empresa, y que son susceptibles de ser valorados económicamente. Aquí incluiremos:

- Aplicaciones informáticas:
  - Microsoft Office.
  - Programas de contabilidad (Contaplus, Facturaplus).
  - Antivirus (Norton Internet Security).
  - Photoshop.

- **Activo Corriente**

Como Activo Corriente entendemos que son aquellos activos que esperamos realizar en el rendimiento de la empresa en el plazo máximo de un año.

## Pasivos

Una vez ya vistos los Activos de Catchme, es momento de exponer el Pasivo y el Patrimonio Neto de nuestra empresa. Cuando hablamos del Pasivo estamos hablando de cómo vamos a financiar nuestra empresa y en Catchme hemos optado por dos modalidades.

La primera sería con la ayuda de entidades financieras, hemos pensado que sería necesario esta opción ya que se trata de una empresa nueva. Vamos a hacer un préstamo de 12.000,00€ a 4 años. Y por otra parte vamos a invertir como fondos propios 12.000,00€ más que formarán parte del capital de nuestra empresa. Teniendo en cuenta estos datos, las previsiones de resultados y la normativa contable y fiscal, el balance provisional para el primer año es el que sigue:

Tabla 7: Balance inicial.

ACTIVO	AÑO 0	PASIVO	AÑO 0
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>11.375,00€</b>	<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>10.213,80€</b>
INM. INMATERIAL	3.000,00€	CAPITAL	12.000,00€
Aplicaciones informática	3.000,00€	Fondos propios	12.000,00€
INM. MATERIAL	8.375,00€	<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>9.184,25€</b>
Utillaje	875,00€	Deudas largo plazo	9.184,25€
Mobiliario	3.500,00€	Entidades de crédito	9.184,25€
Equipos informáticos	4.000,00€		
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>12.625,00€</b>	<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>4.601,95€</b>
EFFECTIVO	12.625,00€	Deudas a corto plazo	4.601,95€
Tesorería	12.625,00€	Entidades de crédito	4.601,95€
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>24.000,00€</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>24.000,00€</b>

Fuente: Elaboración propia, 2015.

## 9.2 Resultados previsionales

- **Previsión de Ventas**

En primer lugar debemos reseñar que no existe ningún informe elaborado con respecto al consumo de productos similares a los que ofrece Catchme: descuentos para una serie de servicios. Por ello nos resulta complicado estimar las ventas que podremos realizar. No obstante, vamos a realizar una previsión aproximada y estimativa de los principales servicios que se nos puede solicitar mensualmente, ya que calcularlo diariamente nos resultaría mucho más complicado de valorar.

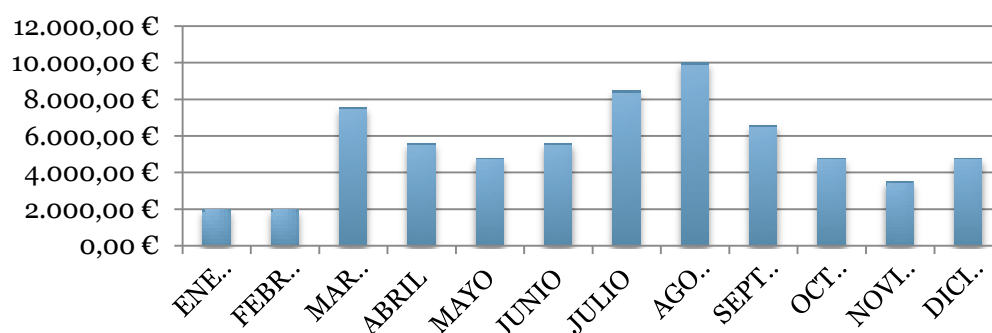
Tabla 8: Previsión estimada de ventas.

SERVICIOS	GANANCIAS	NUM. DE SERVICIO	FACTURACIÓN
Hoteles	Entre 30€-100€	20	Entre 600€/2.000€
Restaurantes	Entre 5€-25€	30	Entre 150€/750€
Deportes de aventura	Entre 20€-80€	20	Entre 400€/1.600€
Alquiler de coches	Entre 30€-70€	12	Entre 360€/840€
Peluquerías	Entre 5€-15€	18	Entre 90€/240€
Gimnasios	Entre 5€-15€	10	Entre 50€/150€
<b>FACTURACIÓN MENSUAL APROXIMADA</b>			<b>Entre 1.650€/ 5.580€</b>

Fuente: elaboración propia, 2015.

Las previsiones de facturación para un primer año de funcionamiento, teniendo en cuenta el número de días de cada mes y según si es temporada alta o temporada baja del turismo en la Marina Alta, quedarían de la siguiente manera:

Gráfico 11: Previsiones de facturación del primer año.



Fuente: elaboración propia, 2015.

Con estos datos, la facturación final del primer año sería de aproximadamente 65.720,00€. Aquí debemos tener en cuenta que la filosofía empresarial de Catchme es la de mantener, dentro de lo posible, una estrategia de descuentos bastante fija para cada empresa asociada; con ello aseguraremos que ni los descuentos ni los propios precios suban de manera brusca de un año para otro.

Por ello estimamos que esta facturación anual se mantenga y que Catchme siga un proceso de expansión que le permita ir captando nuevas empresas asociadas. Además de esto y basándonos en los últimos estudios realizados por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo se prevé un aumento de facturación en los próximos años de entre un 7% y un 10% (aprox.) en los tres primeros años en el mejor de los casos. Por tanto, si se cumplen estas previsiones, para el segundo año se esperaría una facturación de 71.306,20€ mientras que para el tercero se facturarían 77.367,23€.

- **Previsión de Gastos**

- **Gastos Variables**

Junto con la inevitable inversión en material de oficina, mensualmente se han previsto unos gastos variables diferenciados en tres grupos:

Por una parte encontramos los gastos en desplazamiento (gasolina, autopista, reparación de automóvil o su puesta a punto...) que llevará a cabo el comercial en la visita obligada a todas las empresas asociadas para intercambiar impresiones sobre los beneficios que están obteniendo al integrarse en Catchme, así como derivados de las diferentes visitas que se deben realizar para negociar con nuevas empresas.

Por otra parte nos topamos con los gastos en restauración: para poder cerrar algunos tratos nos veremos obligados a invitar a desayunar o a almorzar al gerente o al propietario de la empresa que queramos que se asocie con nosotros.

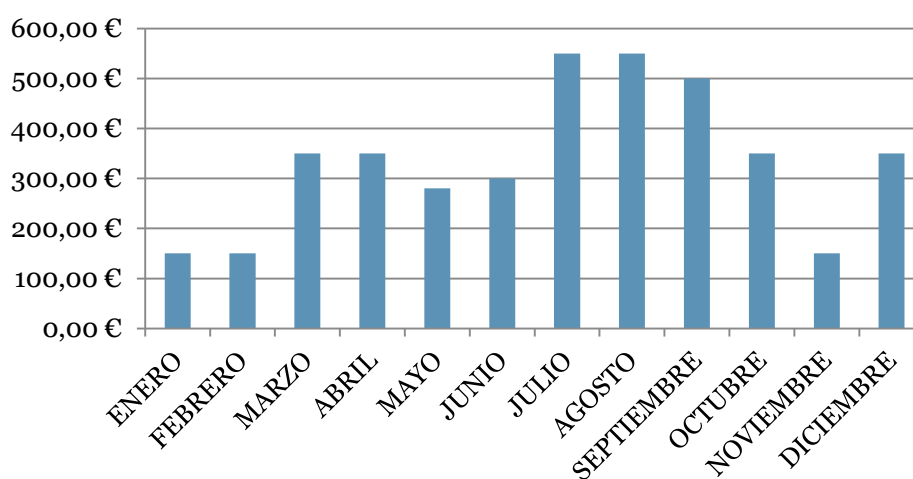
Tabla 9: previsión de los gastos mensuales.

GASTOS MENSUALES	COSTE
Desplazamientos	300,00€
Almuerzos o comidas	150,00€
Material oficina e imprenta	50,00€
<b>GASTOS MENSUALES APROXIMADOS</b>	<b>500,00€</b>

Fuente: elaboración propia, 2015.

Al igual que hemos hecho en el apartado de previsión de ventas, ahora también deberemos realizar una previsión de gastos para el primer año de funcionamiento.

Gráfico 12: Previsiones de gastos del primer año.



Fuente: elaboración propia, 2015.

De esta forma, para el primer año el total de los gastos variables se sitúa en 4.030,00€. Y para los siguientes años, nos basaremos en que según el Programa de Estabilidad del Estado 2015-2018 prevé un aumento del IPC del 0,9%, por tanto para el segundo año estaríamos hablando de unos 4.066.27€ y para el tercer año estimamos una cantidad de 4.102,87€.

## - Salarios

Catchme contará con cuatro trabajadores: uno será el gerente de la empresa, y tendrá bajo su responsabilidad tanto la Dirección como el Departamento de Informática; junto a él necesitaremos de tres colaboradores para que se encarguen, respectivamente, de las tareas comerciales, de la administración de la empresa y otra persona que junto al gerente lleve el departamento de

informática. Por tanto los salarios quedarían de la siguiente manera, donde ya están incluidas las dos pagas extras.

Tabla 10: salarios de los empleados.

PUESTO	JORNADA LABORAL	MENSUALIDAD	TOTAL ANUAL
DIRECCIÓN	8 horas	1.500€	21.000,00€
COMERCIAL	4 horas	600€	8.400,00€
ADMINISTRATIVO	4 horas	600€	8.400,00€
INFORMÁTICO	4 horas	700€	9.800,00€
<b>TOTAL</b>			<b>47.600,00€</b>

Fuente: elaboración propia, 2015.

Estos serían los gastos en sueldos para el primer año y para poder hallar a cuanto aumentarían en los siguientes años los sueldos nos basamos en las estadísticas que realizado el Instituto Nacional de Estadística (INE) que prevé que aumentarán en un 1,4%. Por tanto para el segundo año nos gastaríamos en salarios 48.266,40€ y para el tercer año 48.942,13€.

#### - Suministros

Los gastos de suministros corresponden a los costes mensuales en conceptos como electricidad, agua y teléfono. En el caso de luz las facturas cambiarían dependiendo del mes del año y también por el aumento del IPC. Por tanto, hemos estimado estos gastos de forma anual. Y quedarían más o menos de la siguiente manera; unos 2.000,00€ el primer año, 2.056,00€ para el segundo año y para el tercer año 2.112,00€.

#### - Publicidad y Promociones

A pesar de que la estrategia principal de promoción se centrará en las redes sociales y nuestra página web, hemos presupuestado un gasto anual fijo de 250,00€ en publicidad para cubrir los costes de imprimir trípticos, folletos y carteles que estarán tanto en la oficina de Catchme como en los diferentes locales asociados a nuestra empresa.

#### - Alquiler

Nuestro local consta de una superficie de 80m<sup>2</sup> y está situado en la localidad de Ondara. Después de haber estudiado los precios en el mercado actual estimamos que nuestro alquiler sería

de 400€ al mes, lo que hace un total de 4.800,00€ al año. Hemos optado por establecer un contrato a tres años.

## - Gastos de Apertura

Para iniciar la actividad de nuestra empresa, debemos prever toda una serie de gastos iniciales como consultas a expertos y realización de obras de adecuación del local, como pueden ser pintar el local, establecer el cartel de nuestra empresa en la fachada,... En la siguiente tabla mostramos estos costes:

Tabla 11: gastos de apertura.

Concepto	Importe
Consulta decorador	150,00€
Reforma y adecuación del local	1.500,00€
<b>Total gastos iniciales</b>	<b>1.650,00€</b>

Fuente: elaboración propia, 2015.

## - Préstamo

En Catchme iniciamos la actividad con capital de 12.000€. Pero queremos solucionar los problemas de liquidez que puedan acometer en la empresa, por todo ello hemos decidido realizar un préstamo ICO a largo plazo de 12.000,00€.

Las condiciones del préstamo serían las siguientes; como hemos dicho anteriormente vamos a realizar un préstamo de 12.000€ que tal y como está el Euribor a día de hoy (0,161%) más un 4% para la entidad financiera tendríamos un interés del 4,161%. Con lo cual nos saldría a pagar una cantidad mensual de 271,81€ amortizados en 4 años y sin comisiones de apertura.

Tabla 12: Amortización del préstamo.

Mes (48)	pagadero	Capital (12000 €)	Interés (4.161 %)	capital residual
1	271.81 €	230.20 €	41.61 €	11769.80 €
2	271.81 €	231.00 €	40.81 €	11538.79 €
3	271.81 €	231.80 €	40.01 €	11306.99 €
4	271.81 €	232.61 €	39.21 €	11074.38 €
5	271.81 €	233.41 €	38.40 €	10840.97 €
6	271.81 €	234.22 €	37.59 €	10606.75 €
7	271.81 €	235.04 €	36.78 €	10371.71 €

8	271.81 €	235.85 €	35.96 €	10135.86 €
9	271.81 €	236.67 €	35.15 €	9899.19 €
10	271.81 €	237.49 €	34.33 €	9661.70 €
11	271.81 €	238.31 €	33.50 €	9423.39 €
12	271.81 €	239.14 €	32.68 €	9184.25 €
13	271.81 €	239.97 €	31.85 €	8944.29 €
14	271.81 €	240.80 €	31.01 €	8703.49 €
15	271.81 €	241.63 €	30.18 €	8461.85 €
16	271.81 €	242.47 €	29.34 €	8219.38 €
17	271.81 €	243.31 €	28.50 €	7976.07 €
18	271.81 €	244.16 €	27.66 €	7731.91 €
19	271.81 €	245.00 €	26.81 €	7486.91 €
20	271.81 €	245.85 €	25.96 €	7241.05 €
21	271.81 €	246.71 €	25.11 €	6994.35 €
22	271.81 €	247.56 €	24.25 €	6746.79 €
23	271.81 €	248.42 €	23.39 €	6498.37 €
24	271.81 €	249.28 €	22.53 €	6249.08 €
25	271.81 €	250.15 €	21.67 €	5998.94 €
26	271.81 €	251.01 €	20.80 €	5747.93 €
27	271.81 €	251.88 €	19.93 €	5496.04 €
28	271.81 €	252.76 €	19.06 €	5243.29 €
29	271.81 €	253.63 €	18.18 €	4989.65 €
30	271.81 €	254.51 €	17.30 €	4735.14 €
31	271.81 €	255.39 €	16.42 €	4479.75 €
32	271.81 €	256.28 €	15.53 €	4223.47 €
33	271.81 €	257.17 €	14.64 €	3966.30 €
34	271.81 €	258.06 €	13.75 €	3708.24 €
35	271.81 €	258.96 €	12.86 €	3449.28 €
36	271.81 €	259.85 €	11.96 €	3189.43 €
37	271.81 €	260.75 €	11.06 €	2928.67 €
38	271.81 €	261.66 €	10.16 €	2667.01 €
39	271.81 €	262.57 €	9.25 €	2404.45 €
40	271.81 €	263.48 €	8.34 €	2140.97 €



41	271.81 €	264.39 €	7.42 €	1876.58 €
42	271.81 €	265.31 €	6.51 €	1611.27 €
43	271.81 €	266.23 €	5.59 €	1345.05 €
44	271.81 €	267.15 €	4.66 €	1077.90 €
45	271.81 €	268.08 €	3.74 €	809.82 €
46	271.81 €	269.01 €	2.81 €	540.81 €
47	271.81 €	269.94 €	1.88 €	270.87 €
48	271.81 €	270.87 €	0.94 €	-0.00 €
Total	13047.07 €	12000.00 €	1047.07 €	0.00 €

Fuente: Simulador de Hipoteca.

## - Seguros

Para el seguro de nuestro local hemos optado por hacerlo con la compañía Mapfre. Los gastos de nuestro seguro serán de 161.20€ al año, es un seguro elemental donde nos entra:

- ✓ Asistencia urgente.
- ✓ Asistencias en reparaciones y bricolaje.
- ✓ Robo y hurto.
- ✓ Responsabilidad civil.
- ✓ Daños materiales.

Tabla 13: Gastos fijos de los tres primeros años.

GASTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Empleados	47.600,00€	48.266,40€	48.942,13€
Seguridad Social	3.966,67€	4.022,20€	4.078,51€
Suministros	2.000,00€	2.056,00€	2.112,00€
Alquiler	4.800,00€	4.800,00€	4.800,00€
Publicidad	250,00€	250,00€	250,00€
Seguros	161,20€	161,20€	161,20€
<b>TOTAL</b>	<b>58.777,87€</b>	<b>59.555,80€</b>	<b>60.343,84€</b>

Fuente: Elaboración propia, 2015.

## - Amortizaciones

En cuanto a las amortizaciones de nuestro inmovilizado nos basamos en los porcentajes establecidos por la Agencia Tributaria según se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 14: Coeficientes y amortizaciones del inmovilizado.

AGRUPACIÓN	% AMORTIZACIÓN	IMPORTE AMORTIZ.
Utillaje	30%	262,50€
Mobiliario	10%	350,00€
Equipo informáticos	25%	1000,00€
Programas informáticos	33%	990,00€
<b>TOTAL</b>		<b>2.602,50€</b>

Fuente: Elaboración propia, 2015.

Antes de ver la tabla de nuestra cuenta de resultados, tenemos que tener en cuenta que para que nuestra empresa sea viable se deben cumplir tres requisitos:

1. La inversión tiene que ser menor que la financiación.
2. Los resultados tienen que ser positivos, por tanto; los ingresos > que los gastos.
3. Nuestra empresa tiene que tener una liquidez positiva cada año, y todos los meses del primer año.

A modo resumen vamos a realizar una tabla a la que llamaremos Cuenta de resultados previsional. En ella aparecerán todos los beneficios y gastos de la empresa en los primeros tres años de vida.

Tabla 15: Cuenta de Resultados Previsional.

OPERACIONES CONTINUADAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>Importe neto de cifras de negocios</b>	<b>65.720,00€</b>	<b>71.306,20€</b>	<b>77.367,23€</b>
<b>Aprovisionamiento</b>	<b>-4.030,00€</b>	<b>-4.066,27€</b>	<b>-4.102,87€</b>
Consumo de materia primas y otros	-4.030,00€	-4.066,27€	-4.102,87€
<b>Gastos de Personal</b>	<b>-51.566,67€</b>	<b>-52.288,60€</b>	<b>-53.202,64€</b>
Sueldos y salarios	-47.600,00€	-48.266,40€	-48.942,13€
Seguridad Social	-3.966,67€	-4.022,20€	-4.075,51€
<b>Otros gastos de explotación</b>	<b>-7.211,20€</b>	<b>-7.267,20€</b>	<b>-7.323,20€</b>
Alquileres	-4.800,00€	-4.800,00€	-4.800,00€
Suministros	-2.000,00€	-2.056,00€	-2.112,00€
Publicidad	-250,00€	-250,00€	-250,00€
Seguros	-161,20€	-161,20€	-161,20€
<b>Amortización inmobiliario</b>	<b>-2.602,50€</b>	<b>-2.602,50€</b>	<b>-2.602,50€</b>
<b>Otros resultados</b>	<b>-1.650,00€</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

Resultados explotación	-1.340,37€	4.755,20€	9.632,85€
<b>Gastos Financieros</b>	<b>-445,83€</b>	<b>-326,59€</b>	<b>-202,10€</b>
Por deudas con entidades de crédito	-445,83€	-326,59€	-202,10€
Resultado Financiero	-445,83€	-326,59€	-202,10€
Resultado antes de impuestos	-1.786,20€	4.428,61€	9.933,92€
<b>Impuestos sobre beneficios (IRPF)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-1.490,09€</b>
Resultado ejercicio	-1.786,20€	4.755,04€	8.443,83€

Fuente: Elaboración propia, 2015.

Y por último veremos cómo queda nuestras cuentas de Activos y Pasivos los tres primeros años de nuestra empresa. A esta tabla la llamaremos Balance Inicial.

Tabla 16: Activo previsional.

ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>8.772,50€</b>	<b>6.170,00€</b>	<b>3.567,50€</b>
INM. INMATERIAL	3.000,00€	3.000,00€	3.000,00€
Aplicaciones informática	3.000,00€	3.000,00€	3.000,00€
INM. MATERIAL	5.772,50€	3.170,00€	567,50€
Utillaje	875,00€	875,00€	875,00€
Mobiliario	3.500,00€	3.500,00€	3.500,00€
Equipos informáticos	4.000,00€	4.000,00€	4.000,00€
Amortización acumulada	-2602,50€	-5205,00€	-7807,50€
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>14.111,46€</b>	<b>20.355,17€</b>	<b>23.621,85€</b>
EFFECTIVO	14.111,46€	20.355,17€	23.621,85€
Tesorería	14.111,46€	20.355,17€	23.621,85€
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>22.883,96€</b>	<b>26.525,17€</b>	<b>27.189,35€</b>

Fuente: elaboración propia, 2015.

Tabla 17: Patrimonio neto y pasivo previsional.

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>10.213,80€</b>	<b>16.755,04€</b>	<b>3.556,17€</b>
CAPITAL	12.000,00€	12.000,00€	12.000,00€
Fondos propios	12.000,00€	12.000,00€	12.000,00€
RESULTADO EJERCICIO ANTERIOR			
Resultado ejercicio	-1.786,20€	4.755,04€	8.443,83€
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>8.703,49€</b>	<b>5.747,93€</b>	<b>2.667,01€</b>
DEUDAS A LARGO PLAZO	8.703,49€	5.747,93€	2.667,01€
Deudas con entidades de crédito	8.703,49€	5.747,93€	2.667,01€
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>3.966,67€</b>	<b>4.022,20€</b>	<b>4.078,51€</b>
DEUDAS A CORTO PLAZO	3.966,67€	4.022,20€	4.078,51€
Deudas con entidades de crédito	3.966,67€	4.022,20€	4.078,51€
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>22.883,96€</b>	<b>26.525,17€</b>	<b>27.189,35€</b>

Fuente: elaboración propia, 2015.

Una vez recopilados todos los datos podemos observar que nuestra empresa el primer año pierde ganancias, pero a partir del segundo año ya empieza a tener beneficios y el tercer año esas ganancias son casi el doble que el segundo año. Por ello confiamos que nuestra empresa hasta este punto es factible. Ahora pasaremos a analizar los ratios, los cuales nos darán una idea de cómo irá nuestra empresa en términos de liquidez y endeudamiento.

### 9.3 Análisis de inversión VAN-TIR

Quizá la definición más ajustada estos tiempos es la expresada por ANDRES DE KELETY ALCAIDE, quien dice que..."la inversión es el proceso por el cual un sujeto decide vincular recursos financieros líquidos a cambio de la expectativa de obtener unos beneficios también líquidos, a lo largo de un plazo de tiempo que denominaremos vida útil".

Por ello, vamos a calcular el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) de nuestro proyecto para saber si se trata de un buen proyecto de inversión. Primero veremos que más detalladamente que son el VAN y el TIR.

El Valor Actual Neto (VAN) es una inversión la cuál medimos desde el principio del proyecto para saber las ganancias netas de dicho proyecto. Lo que hace es una suma algebraica del pago del préstamo o de la inversión junto con los flujos de caja o tesorería actualizados al tipo de interés que hayamos hecho nuestra inversión.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) trata de medir la rentabilidad de un proyecto. Lo que hace la Tasa Interna de Retorno es poner el Valor Actual Neto (VAN) a cero así de esta manera podemos saber el tipo de interés que nuestra empresa obtiene de el dinero que hemos invertido.

Una vez dicho esto, lo primero que vamos a hacer es saber los flujos netos de caja, es decir, la tesorería. Junto a esto también necesitaremos saber los pagos iniciales, la compra de inmovilizado y los gastos de apertura. Que se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 18: Pagos iniciales del proyecto.

PAGOS INICIALES	IMPORTE
Compra inmovilizado	8.375,00 €
Gastos de apertura	1.650,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>10.025,00 €</b>

Fuente: Elaboración propia, 2015.

A continuación veremos cómo quedan los flujos de caja a 10 años:

Tabla 19: Previsión de flujos de caja a 10 años.

PERIODO	COBROS	PAGOS	FLUJOS NETOS	ACUMULADO
0		10.025,00 €	-10.025,00 €	-10.025,00 €
1	65.720,00 €	62.807,87 €	2.912,13 €	-7.112,87 €
2	71.306,20 €	63.622,07 €	7.684,13 €	571,26 €
3	77.367,23 €	64.446,71 €	12.920,52 €	13.491,78 €
4	83.943,44 €	65.281,92 €	18.661,52 €	32.153,30 €
5	91.078,63 €	66.127,86 €	24.950,77 €	57.104,07 €
6	98.820,31 €	66.984,66 €	31.835,65 €	88.939,72 €
7	107.220,03 €	67.852,49 €	39.367,54 €	128.307,26 €
8	116.333,73 €	68.731,50 €	47.602,23 €	175.909,49 €
9	126.222,09 €	96.623,83 €	56.598,26 €	232.507,75 €
10	136.950,96 €	70.252,68 €	66.698,28 €	299.206,03 €

Fuente: Elaboración propia, 2015.

En nuestra empresa empezamos con un coste de adquisición de 10.025,00. Hay que destacar que hemos utilizado para el cálculo del VAN una tasa de actualización de 8,5%. Los flujos netos se han calculado a un periodo de 10 años. Y cómo se puede observar en la tabla vemos que la inversión empieza a recuperarse a partir del tercer año. También podemos observar cómo va aumentando la rentabilidad lo que nos da una pista de que nuestro activo es productivo.

Para poder calcular el Valor Actual Neto necesitaremos utilizar la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n}$$

El resultado de nuestro VAN es 187.213,05 € por lo que la inversión es viable y rentable. Y el TIR es del 88%. Una vez calculados estos parámetros, nos da un VAN positivo, por lo que podemos afirmar que es un proyecto rentable. Y un TIR bastante superior a la tasa de descuento por lo que podemos afirmar que nuestro proyecto es rentable.

## 9.4 Análisis de los ratios

---

Que los ingresos sean superiores a los gastos, hasta el punto de generar beneficios. Este es el objetivo que toda empresa persigue a un largo plazo, pues para esta finalidad se invierte tiempo, dinero y esfuerzo en todo nuevo proyecto empresarial: que la rentabilidad que generan las inversiones sea superior al coste que ha supuesto su financiación. Por otra parte, a corto plazo el objetivo empresarial sería el poder generar los medios líquidos necesarios (y suficientes) para poder hacer frente a todas las obligaciones de pago con las que día a día debe convivir nuestra nueva empresa.

Para saber si estos objetivos, tanto el de a corto plazo como el de a largo, se están consiguiendo existen un conjunto de indicadores que apuntan si una empresa está logrando convertir sus activos en liquidez a través de su ciclo de explotación, o no es capaz de generar tesorería.

Ese conjunto de indicadores se conocen como ratios de liquidez, y de entre ellos los más importantes (y los que deberemos tener en cuenta en nuestra empresa, Catchme) son los que pasamos a exponer:

## - Ratio de Liquidez, Tesorería y Ratio Disponible.

La finalidad de los ratios de liquidez es hacer un diagnóstico de la capacidad que tiene nuestra empresa para hacer frente, a corto plazo, a los diferentes pagos con los que nos encontramos. Ese ratio será óptimo si se encuentra en un valor comprendido entre el 1,5 y el 2. En nuestra empresa, como vemos en la tabla que exponemos a continuación, ese ratio es mayor que 2, lo que indica que nuestra liquidez es excesiva. Eso puede jugar en nuestra contra, e influir en la rentabilidad total, ya que nuestro activo corriente se encuentra ocioso.

Tabla 20: Ratios de Liquidez, Tesorería y Ratio Disponible.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ratio de Liquidez	3,56	2,78	3,06
Ratio de Tesorería	3,56	2,78	3,06
Ratio Disponible	3,56	2,78	3,06

Fuente: Elaboración propia, 2015.

Por su parte, el ratio de tesorería debe de encontrarse entre los 0,2 y 0,3. Sin embargo también observamos en la tabla que en nuestro caso es muy superior, lo que significa que es demasiado elevado; esto indica que hay una abundancia de liquidez lo cual, al igual que antes, provoca ociosidad.

Y en tercer lugar tenemos el ratio disponible, que al igual que el anterior, debe barajar unos valores entre el 0,2 y el 0,3 para ser correcto. En la tabla a la que venimos haciendo referencia vemos que ese indicador se encuentra también muy por encima del valor adecuado, lo que implica una alta velocidad en el cobro hacia nuestra empresa, lo que juega en nuestra contra pues esa pérdida de rentabilidad tan rápida es perjudicial para cualquier negocio.

## - Fondo de maniobra

La diferencia que existe entre el activo corriente y el pasivo corriente es lo que conocemos como fondo de maniobra; este indicador nos sirve para saber qué parte total del activo corriente está siendo financiada con fondos propios y qué parte lo está siendo con deuda.

Para este indicador no existe un valor óptimo al que debemos acercarnos, pero sí que debemos tener en cuenta que el activo corriente siempre debe ser superior al pasivo corriente (o sea, que el fondo de maniobra debe permanecer siempre en un valor positivo si queremos asegurarnos la viabilidad de nuestra empresa). Si el valor es positivo, eso significa que hay suficiente activo para afrontar los pagos y deudas que a corto plazo tiene nuestro negocio.

Table 21: Fondo de maniobra.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Fondo de Maniobra	10.144,79€	16.332,97€	19.543,34€

Fuente: Elaboración propia, 2015.

Si calculamos el fondo de maniobra de Catchme vemos que los activos de la empresa son rentables, estando en una situación de ociosidad, pues apreciamos que los valores durante los tres primeros años siempre son positivos.

#### - Ratios de Endeudamiento, Autonomía y Solvencia.

Dos son las finalidades que cumplen los ratios de endeudamiento:

- Por una parte, sirven para saber hasta qué punto se está obteniendo el beneficio necesario y suficiente para soportar las cargas financieras de nuestra compañía.
- Por otra parte, se encargan de evidenciar la cantidad y calidad de la deuda que tiene nuestro negocio.

Tabla 22: Ratios de Endeudamiento, Autonomía y Solvencia.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ratio de Endeudamiento	0,55	0,56	0,42
Ratio de Autonomía	0,80	0,77	0,99
Ratio de Solvencia	1,80	1,77	2,38

Fuente: Elaboración propia, 2015.

Teniendo en cuenta que los rangos óptimos de endeudamiento deben encontrarse entre el 0,4 y el 0,6, así como que la ratio de autonomía debe estar entre el 0,7 y el 1,5 y que la solvencia debe superar el valor de 1, es hora de saber cuál es la situación de Catchme. Como vemos en la tabla, nuestra empresa va a ser muy solvente, tendrá una buena libertad de autonomía y su endeudamiento no nos va a ahogar, pues todos los parámetros se encuentran dentro de los valores mejores establecidos.

Esto también implica que a partir del tercer año de vida de Catchme el endeudamiento de nuestra empresa va a disminuir, ya que poco a poco nuestra compañía va satisfaciendo la deuda que contrajo en su día. Además, como también vemos en la tabla, a partir del tercer año crece



nuestra solvencia, con lo que mejoraremos nuestro nivel de autonomía pues nuestro patrimonio, cada vez más, va superando a nuestro pasivo.

## 10. Conclusiones

---

El realizar este proyecto de final de carrera ha supuesto para mí un gran aprendizaje en el campo empresarial y económico, ya que mis estudios han estado más enfocados a la informática. Por esta razón ha sido un proyecto personalmente muy costoso pero a la vez muy gratificante una vez terminado. Escogí este proyecto por esa misma razón para aprender a crear una empresa desde cero; me interesó el saber cuáles son los pasos a seguir, todos los factores, estrategias y análisis que hay que tener en cuenta y por supuesto el saber realizar un buen plan de financiación. Por todos estos motivos ha sido muy enriquecedor haber podido realizar este proyecto.

Una vez dicho esto, vamos a pasar a ver las conclusiones que nos ayudarán a ver si nuestra empresa es viable.

En primer lugar, hemos visto que el sector del turismo hoy en día es un sector que está en auge, España es un país donde una gran parte de sus ganancias proviene del turismo por ello pensamos que nuestra idea empieza siendo factible.

En segundo lugar, vemos que en España nos estamos recuperando de la pasada crisis económica, por ello la gente está empezando a salir más y a invertir más dinero en sus vacaciones o actividades de ocio, cosa que a nosotros nos beneficia mucho.

En tercer lugar, cabe mencionar el tema de las nuevas tecnologías, la mayor parte de nuestro negocio se apoyará en ellas. Gracias a nuestra página web llevaremos a cabo nuestras promociones y las de nuestras empresas asociadas.

En cuarto lugar, nos hemos situado en la localidad de Ondara ya que tiene un buen punto estratégico dado su buena conexión con Denia, Javea, Gandía, Benidorm, Valencia, Alicante ya que son de las ciudades más turísticas de la Comunidad Valenciana.

En quinto lugar, en nuestra empresa hemos optado por tener una plantilla de 4 trabajadores contando al gerente. Todos ellos creemos conveniente que realizando una jornada laboral de 4 horas, por lo menos al principio, es suficiente. El gerente será el único que

esté a jornada completa debido a que tiene que encargarse de organizar la gestión y organización de la empresa.

En sexto lugar prevemos que la empresa gozará de un estado de solvencia y liquidez a partir del tercer año por ello podremos afrontar los pagos que tendremos, tanto si hablamos de los de corto plazo como los de largo plazo. Observamos que el primer año nuestra empresa presentará pérdidas pero a partir de finales del segundo año principios del tercero ya empezará a ganar beneficios lo que hace que nuestra empresa sea fiable. Por ello, podemos concluir que sería bastante beneficioso a la vez que interesante invertir en nuestra empresa para que se pueda llevar a cabo.

## 11. Bibliografía

---

### Referencias bibliográficas en soporte impreso

---

- RUIZ FONT, Leonor; BOZA GARCÍA, Andrés; CONESA GARCÍA, Pilar; CUENCA GONZÁLEZ, Llanos; FERNÁNDEZ DIEGO, Marta; GARRIGÓS SIMÓN, Fernando; GIL PECHUÁN, Ignacio; MONTESA ANDRÉS, José Onofre. Fundamentos de organización de empresas. Valencia. Editorial Universidad Politécnica de Valencia, 2013.
- GIL ESTALLO, María de los Ángeles. Cómo crear y hacer funcionar una empresa; conceptos e instrucciones. 6º Edición. Madrid. Esic Editorial, 2003.
- AMAT SALAS, Oriol. Análisis de estados financieros. Fundamentos y aplicaciones. 7ª edición. Barcelona. Ediciones Deusto, 2003.
- CUADRADO ESCLAPEZ, Carmen. Protocolo y comunicación en la empresa y los negocios. 5ª edición. Madrid: Editorial Fc, 2003.
- GIL ESTALLO, María de los Ángeles. Empresa virtual: de la idea a la acción. Madrid. Esic Editorial, 2001.
- FRANCÉS, Antonio. Estrategia y Planes para la empresa con el cuadro de Mando Integral. 1ª Edición. 2006.
- DUCCESCHI, M. Técnicas modernas de dirección de personal, Madrid: Ibérica Europea de Ediciones, S.A. 1982.
- PUCHOL, Luis. Dirección y gestión de recursos humanos. 7º Edición. Ediciones Díaz de Santos. 2007
- Para el apartado de la página web me he apoyado tanto en los apuntes como en la experiencia que adquirí de un curso que hice de desarrollo web en una academia de informática en el año 2014.

## Referencias bibliográficas en soporte electrónico

---

- La empresa virtual: una solución de futuro. Congreso de Ingeniería de Valladolid.  
Artículo que nos ayudo a la justificación de encaminarnos en una EV. [Consulta 2 de Febrero] Disponible en web:  
[http://www.adingor.es/Documentacion/CIO/cio2003/Art\\_124.pdf](http://www.adingor.es/Documentacion/CIO/cio2003/Art_124.pdf)
- Entornos virtuales, el futuro de los emprendedores. Artículo que nos ayudo a la justificación de encaminarnos en una EV. [Consulta 2 de Febrero] Disponible en web:  
<http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/entornos-virtuales-el-futuro-de-los-emprendedores/>
- La motivación y la gestión de la dirección. Gestiópolis [Consulta: 15 de Marzo del 2015]. Disponible en web: <http://www.gestiopolis.com/Canales4/rrhh/motigestion.htm>
- Guía básica de liderazgo. YouTube, 2009. [Consulta: 15 de Marzo del 2015] Disponible en web: <http://www.youtube.com/watch?v=DAiwbxONqDc&list=PL7F0B707AF8E8D46F>
- Informe semestral Febrero 2015. [Consulta el 20 de Marzo de 2015] Disponible en web: <http://www.hispalink.es/valencia/index.html>
- Información sectorial de la Comunidad Valenciana [Consulta el 20 de Marzo del 2015] Disponible en web: [http://internacional.ivace.es/estudios/informacion\\_sectorial\\_cv.html](http://internacional.ivace.es/estudios/informacion_sectorial_cv.html)
- Información sobre la población en la Comunidad Valenciana, sobre la ciudad de Valencia. [Consulta el 25 de Marzo del 2015] Disponible en web: <http://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.html?padre=517&dh=1>
- Índice de desarrollo humano. [Consulta el 25 de Marzo del 2015] Disponible en web: [http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Comunidades\\_aut%C3%B3nomas\\_de\\_Espa%C3%B1a\\_por\\_IDH](http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Comunidades_aut%C3%B3nomas_de_Espa%C3%B1a_por_IDH)
- Consulta sobre el PIB de la Comunidad Valenciana respecto al resto de España. [Consulta el 25 de Marzo del 2015] Disponible en web: [http://es.wikipedia.org/wiki/Comunidad\\_aut%C3%B3noma](http://es.wikipedia.org/wiki/Comunidad_aut%C3%B3noma)

- Tablas de la evolución de los gastos de I+D. [Consulta el 25 de Marzo del 2015]  
Disponible en web: <http://www.ine.es/prensa/np889.pdf>
- Plan Nacional de I+D [Consulta el 26 de Marzo del 2015] Disponible en web:  
[http://www.idi.mineco.gob.es/stfls/MICINN/Investigacion/FICHEROS/Plan\\_Estatal\\_Inves\\_cientifica\\_tecnica\\_innovacion.pdf](http://www.idi.mineco.gob.es/stfls/MICINN/Investigacion/FICHEROS/Plan_Estatal_Inves_cientifica_tecnica_innovacion.pdf)
- Datos sobre cuanta población tienes internet. [Consulta el 26 de Marzo del 2015]  
Disponible en web: <http://www.ine.es/prensa/np803.pdf>
- Perspectiva sobre los efectos ecológicos en una empresa según Eumed. [Consulta 20 de Abril del 2015] Disponible en web: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009c/594/Logistica%20entorno%20ecologico%20natural.htm>
- Datos sobre los aspectos legales en el Análisis PESTEL [Consulta 20 de Abril del 2015]  
Disponible en web:  
<https://www.google.co.uk/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0CDIQFjAD&url=http%3A%2F%2Fwww.arsys.es%2Fayuda%2Fguias-tiendas%2Flegal.pdf&ei=RoxHVYLQLqTP7QawkoCYDQ&usg=AFQjCNHLe5wPDuE8tUAvIXiJKqs4oBBTTA&bvm=bv.92291466,d.ZGU&cad=rja>
- Estrategia territorial de la Comunidad Valenciana 2010-2030. Área Funcional de La Marina Alta [Consulta 20 de Abril del 2015] Disponible en web:  
[http://www.citma.gva.es/documents/20551069/91101391/43371-71833-\\_04\\_AF\\_TxT\\_MarinaAlta/33c584d7-f482-4ab9-888c-b8c9bd8c0e3a;jsessionid=730E964EDCC9C0F00AAFA21426686FEA.node1?version=1.0](http://www.citma.gva.es/documents/20551069/91101391/43371-71833-_04_AF_TxT_MarinaAlta/33c584d7-f482-4ab9-888c-b8c9bd8c0e3a;jsessionid=730E964EDCC9C0F00AAFA21426686FEA.node1?version=1.0)
- Estrategias corporativas, información relativa al plan de crecimiento de una empresa. [Consulta 27 de Abril del 2015] Disponible en web:  
<http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/3655/1/LA%20ESTRATEGIA%20DE%20INTERNACIONALIZACI%C3%93N%20DE%20MANGO.pdf>
- Plan de TIC en PYME y comercio electrónico [Consulta 20 de Junio del 2015]  
Disponible en web: [http://www.aece.es/descargararchivo\\_docnoticias\\_918](http://www.aece.es/descargararchivo_docnoticias_918)

- Informe ePyme 2013 [Consulta 20 de Junio del 2015] Disponible en web:  
<http://www.ithoteler.com/noticias/el-77-de-la-pymes-y-grandes-empresas-turisticas-usan-la-red-para-analizar-el-mercado-y-la-competencia/>
- Características del sector turístico en internet. [Consulta 20 de Junio del 2015]  
Disponible en web: <http://www.eumed.net/rev/curydes/15/empresa-turismo-cliente.html>
- Actualización del Programa de Estabilidad 2015-2018 [Consulta 30 de Junio del 2015]  
Disponible en web:  
[http://www.minhap.gob.es/Documentacion/Publico/GabineteMinistro/Varios/PE%202015-18%2030\\_04\\_2015.pdf](http://www.minhap.gob.es/Documentacion/Publico/GabineteMinistro/Varios/PE%202015-18%2030_04_2015.pdf)
- El Gobierno ayuda a crear una empresa en 24 o 48 horas y lanza el proyecto Emprende en 3 [Consulta 30 de Junio del 2015] Disponible en web:  
<http://www.rtve.es/noticias/20130524/gobierno-agiliza-tramites-para-crear-empresa-24-48-horas-abre-web-emprenden3/671341.shtml>
- Qué es el Euribor, como funciona y tabla de la evolución de los últimos 14 años.  
[Consulta 14 de Agosto del 2015] Disponible en web:  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Eur%C3%ADbor>
- Tabla de la Evolución del Euribor en el 2015. [Consulta 14 de Agosto del 2015]  
Disponible en web: <http://www.hipotecasyeuribor.com/euriboranoactual.php>
- Datos sobre la evolución de la población española según el INE. [Consulta 20 de Agosto del 2015] Disponible en web: <http://www.ine.es/prensa/np917.pdf>
- Concepto, importancia, y principios de la dirección. [Consulta 20 de Agosto del 2015]  
Disponible en web: <http://www.monografias.com/trabajos11/conim/conim.shtml>
- Datos de la evolución de la población en la Comunidad Valenciana según el IVE.  
[Consulta 20 de Agosto del 2015] Disponible en web:  
[http://www.ive.es/ivepegv/portal\\_file\\_c.php?nodourl=padron/UC/2014/ultimascifras.htm](http://www.ive.es/ivepegv/portal_file_c.php?nodourl=padron/UC/2014/ultimascifras.htm)
- Ventajas del comercio electrónico. [Consulta 20 de Agosto del 2015] Disponible en web:  
<http://victorronco.com/6-ventajas-del-comercio-electronico/>

- Estudio del Comité Económico y Social de la Comunidad Valenciana sobre la gestión ambiental en la pequeña y mediana empresa. [Consulta 20 de Agosto del 2015]  
Disponible en web: <http://www.ces.gva.es/pdf/conferencias/02/3.pdf>
- Gráfico de las 5 fuerzas de Portes. [Consulta 22 de Agosto del 2015] Disponible en web: <http://www.crecenegocios.com/el-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>
- Datos sobre Michael Portes. [Consulta 24 de Agosto del 2015] Disponible en web: [https://es.wikipedia.org/wiki/Michael\\_Porter#Estrategia](https://es.wikipedia.org/wiki/Michael_Porter#Estrategia)
- Datos a tener en cuenta a la hora de elegir el tipo de sociedad. [Consulta 24 de Agosto del 2015] Disponible en web: [http://www.institutofomentomurcia.es/c/document\\_library/get\\_file?uuid=ac4f03d8-8c0b-48d9-8e9d-b3f046af5444&groupId=10157](http://www.institutofomentomurcia.es/c/document_library/get_file?uuid=ac4f03d8-8c0b-48d9-8e9d-b3f046af5444&groupId=10157)
- Todas las Formas jurídicas para una empresa. [Consulta 24 de Agosto del 2015]  
Disponible en web: <http://www.crear-empresas.com/formas-juridicas-de-constitucion-de-la-empresa>
- Características del trabajador autónomo. [Consulta 25 de Agosto del 2015] Disponible en web: <http://www.crear-empresas.com/caracteristicas-del-trabajador-autonomo>
- Trámites para montar una empresa. [Consulta 25 de Agosto del 2015] Disponible en web: <http://www.crear-empresas.com/tramites-para-montar-una-empresa>
- Patrimonio cultural de la marina alta. [Consulta 26 de Agosto del 2015] Disponible en web: [http://www.argos.gva.es/bdmun/pls/argos\\_mun/DMEDB\\_COMADATOSBIENESIC.Dibuj aPagina?aNComald=30&aVLengua=c](http://www.argos.gva.es/bdmun/pls/argos_mun/DMEDB_COMADATOSBIENESIC.Dibuj aPagina?aNComald=30&aVLengua=c)
- Toda la información sobre los anuncios de Facebook. [Consulta 27 de Agosto del 2015]  
Disponible en web: <https://www.facebook.com/business/products/ads>
- Característica del lenguaje HTML. [Consulta 28 de Agosto del 2015] Disponible en web: <https://es.wikipedia.org/wiki/HTML>



- Consorcio internacional que produce recomendaciones para la World Wide Web.  
[Consulta 28 de Agosto del 2015] Disponible en web: [www.w3.org](http://www.w3.org)
- Características de CSS. [Consulta 28 de Agosto del 2015] Disponible en web:  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Hoja\\_de\\_estilos\\_en\\_cascada](https://es.wikipedia.org/wiki/Hoja_de_estilos_en_cascada)
- Ventajas de utilizar el servidor Apache. [Consulta 28 de Agosto del 2015] Disponible en web: <https://norfipc.com/internet/instalar-servidor-apache.html>
- Característica de PHP. [Consulta 28 de Agosto del 2015] Disponible en web:  
<https://es.wikipedia.org/wiki/PHP>
- características de MySQL. [Consulta 28 de Agosto del 2015] Disponible en web:  
<https://es.wikipedia.org/wiki/MySQL>
- Tabla de amortizaciones según la Agencia Tributaria. [Consulta 31 de Agosto del 2015]  
Disponible en web:  
[http://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio\\_es\\_ES/\\_Segmentos\\_/Empresas\\_y\\_profesionales/Empresarios\\_individuales\\_y\\_profesionales/Rendimientos\\_de\\_actividades\\_economicas\\_en\\_el\\_IRPF/Regimenes\\_para\\_determinar\\_el\\_rendimiento\\_de\\_las\\_actividad\\_es\\_economicas/Estimacion\\_Directa\\_Simplificada.shtml](http://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio_es_ES/_Segmentos_/Empresas_y_profesionales/Empresarios_individuales_y_profesionales/Rendimientos_de_actividades_economicas_en_el_IRPF/Regimenes_para_determinar_el_rendimiento_de_las_actividad_es_economicas/Estimacion_Directa_Simplificada.shtml)
- Simulador de amortizaciones. [Consulta 1 de Septiembre del 2015] Disponible en web:  
<http://www.tabla-amortizacion.es/?b=10000&jkp=4.161&j=5&method=1&submitdata=calcular+el+pago+mensual>
- Artículo de un periódico online donde nos podemos ver la crecida del turismo en el último año. [Consulta 3 de Septiembre del 2015] Disponible en web:  
<http://www.eleconomista.es/turismo-viajes/noticias/6412744/01/15/Espana-alcanza-un-nuevo-record-historico-con-649-millones-de-turistas.html#.Kku8OcnYHRqQdf3>
- Simulador Mapfre para calcular el seguro de nuestro local. [Consulta 4 de Septiembre del 2015] Disponible en web:  
<https://www.mapfre.es/tchogar/CalculaTarificacionAction.do>

- Encuesta Trimestral de Coste Laboral (ETCL) Primer trimestre de 2015 por el INE.  
[Consulta 4 de Septiembre del 2015] Disponible en web:  
<http://www.ine.es/daco/daco42/etcl/etcl0115.pdf>
- Datos sobre el IRPF que se le aplica a los trabajadores autónomos [Consulta 5 de Septiembre del 2015] Disponible en web: <http://www.serautonomo.net/irpf-autonomos-2015.html>
- Qué es una inversión según ANDRES DE KELETY ALCAIDE, 1978. [Consulta 7 de Septiembre del 2015] Disponible en web: <http://www.mailxmail.com/curso-formacion-gerencial-administracion/concepto-inversion-empresa>
- Indicadores del sistema español de ciencia, tecnología e innovación [Consulta 14 de Septiembre del 2015]. Disponible en web:  
[http://www.idi.mineco.gob.es/stfls/MICINN/Investigacion/FICHEROS/Estadisticas\\_Indicadores/Indicadores\\_2013.pdf](http://www.idi.mineco.gob.es/stfls/MICINN/Investigacion/FICHEROS/Estadisticas_Indicadores/Indicadores_2013.pdf)
- Artículo del periódico el Mundo sobre un informe generado por la Business Software Alliance [Consulta 14 de Septiembre del 2015]. Disponible en web:  
<http://www.elmundo.es/elmundo/2011/09/27/navegante/1317126647.html>
- Estudio sobre las tiendas online realizado por Xopie [Consulta 14 de Septiembre del 2015]. Disponible en web: <http://www.infoautonomos.com/blog/tiendas-online-en-espana/>
- Gráfico de la Cadena de Valor [Consulta 15 de Septiembre del 2015]. Disponible en web: <http://es.slideshare.net/jcfdezmx2/analisis-estrategico-en-la-cadena-de-valor-presentation>
- Ley de Responsabilidad Medioambiental [Consulta 15 de Septiembre del 2015]. Disponibilidad en web:  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Ley\\_de\\_Responsabilidad\\_Medioambiental](https://es.wikipedia.org/wiki/Ley_de_Responsabilidad_Medioambiental)
- Artículo del periódico el País sobre el déficit ecológico en España [Consulta 15 de Septiembre del 2015]. Disponible en web:  
[http://elpais.com/diario/2011/04/18/sociedad/1303077604\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2011/04/18/sociedad/1303077604_850215.html)

- Artículo visto en [expansion.com](http://www.expansion.com) donde podemos ver las dificultades de abrir una empresa en España [Consulta 15 de Septiembre del 2015] Disponible en web:  
<http://www.expansion.com/2013/11/07/economia/1383824565.html>
- Artículo digital sobre el IRPF [Consulta 16 de Septiembre del 2015] Disponible en web:  
[http://cincodias.com/cincodias/2014/07/18/economia/1405705497\\_012443.html](http://cincodias.com/cincodias/2014/07/18/economia/1405705497_012443.html)

## Anexos

Para la creación y apertura de una empresa virtual de este tipo hacen falta una serie de documentos, los cuales son:

### Declaración censal (resumen situación tributaria)

Modelo 036, hay dos formas de presentación:

- En PDF y presentación en Hacienda
- Presentación telemática con certificado digital en la página de Hacienda



MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA



Agencia Tributaria

Teléfono: 901 33 55 33  
www.agencia tributaria.es

**Declaración Censal**

de alta, modificación y baja en el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores

**Pág. 1**

Modelo  
**036**

**Datos Identificativos**





N. justificante: 0364252194162

101 NIF  
53626723S

102 Apellidos y nombre o razón o denominación social  
CEBOLLA PERELLO DORA

**1. CAUSAS DE PRESENTACIÓN**

**A) Alta**

110 ☐ Solicitud de Número de Identificación Fiscal (NIF).

111 ☐ Alta en el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores.

**B) Modificación**

120 ☐ Solicitud de NIF definitivo, disponiendo de NIF provisional.

121 ☐ Solicitud de nueva tarjeta acreditativa del NIF.

122 ☐ Modificación domicilio fiscal (páginas 2A, 2B y 2C).

123 ☐ Modificación domicilio social o de gestión administrativa (páginas 2A y 2B).

124 ☐ Modificación domicilio a efectos de notificaciones (páginas 2A, 2B y 2C).

125 ☐ Modificación otros datos identificativos (páginas 2A, 2B y 2C).

126 ☐ Modificación datos representantes (página 3).

127 ☒ Modificación datos relativos a actividades económicas y locales (página 4).

128 ☐ Modificación de la condición de Gran Empresa o Admón. Pública de presupuesto superior a 6.000.000 de euros (página 5).

129 ☐ Solicitud de inscripción/baja en el registro de devolución mensual (página 5).

130 ☐ Solicitud de alta/baja en el registro de operadores intracomunitarios (página 5).

131 ☐ Modificación datos relativos al Impuesto sobre el Valor Añadido (página 5).

132 ☒ Modificación datos relativos al Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (página 6).

133 ☐ Modificación datos relativos al Impuesto sobre Sociedades (página 6).

134 ☐ Modificación datos relativos al Impuesto sobre la Renta de no Residentes correspondiente a establecimientos permanentes o a entidades en atribución de rentas constituidas en el extranjero con presencia en territorio español (página 6).

135 ☐ Opción/renuncia por el Régimen fiscal especial del Título II de la Ley 49/2002 (página 6).

136 ☐ Modificación datos relativos a retenciones e ingresos a cuenta (página 7).

137 ☐ Modificación datos relativos a otros Impuestos (página 7).

138 ☐ Modificación datos relativos a regímenes especiales del comercio intracomunitario (página 7).

139 ☐ Modificación datos relativos a la relación de socios, miembros o partícipes (página 8).

140 ☐ Dejar de ejercer todas las actividades empresariales y/o profesionales (personas jurídicas y entidades, sin disolución. Entidades inactivas).

141 Fecha efectiva del cese

**C) Baja**

150 ☐ Baja en el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores

151 Causa

152 Fecha efectiva de la baja

**Lugar, fecha y firma**

Lugar  
ONDARA

Fecha  
09/09/2013

Firma en calidad de  
Interesado

Firma

Firmado: D/D.ª DORA CEBOLLA PERELLO

Válido para su presentación a partir de la fecha de obtención en un mes

#### 4. DECLARACIÓN DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS Y LOCALES

##### A) Actividad

400 Descripción de la actividad <b>AGENCIAS DE VIAJES</b>	402 Grupo o epígrafe/sección IAE <b>755 1</b>	403 Tipo de actividad <b>RESTO EMPRESARIALES</b>	404 Cód. Actividad
--	--	---	--------------------

##### B) Lugar de realización de la actividad

###### La actividad se desarrolla fuera de un local determinado

Causa de presentación 405 ☐ Alta 406 Fecha  N.º referencia 407   
 408 ☐ Baja 409 Fecha  N.º referencia 410

Indique el municipio en el que desarrolla, fundamentalmente, su actividad económica:

411 Municipio	Cód. Municipal	Provincia	Cód. Provincia
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

###### La actividad se desarrolla en local determinado (locales directamente afectos a la actividad)

• LOCAL Número  412 Referencia catastral

413 S.G. 414 Nombre de la vía pública <b>PTDA BARRANQUET</b>	415 Núm.	416 Piso	417 Pta.	418 Código Postal <b>03760</b>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

419 Municipio <b>ONDARA</b>	Cód. Municipal	420 Provincia <b>ALICANTE</b>	Cód. Provincia	421 Comunidad Autónoma
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

422 Superficie (m²)	423 Grado de afec.
<input type="text"/>	<input type="text"/>

Causa de presentación 424 ☒ Alta 425 Fecha **09/09/2013** 426 N.º referencia   
 427 ☐ Baja 428 Fecha  429 N.º referencia alta   
 430 ☐ Variación 431 Fecha  432 N.º referencia alta

• LOCAL Número  433 Referencia catastral

434 S.G. 435 Nombre de la vía pública	436 Núm.	437 Piso	438 Pta.	439 Código Postal
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

440 Municipio	Cód. Municipal	441 Provincia	Cód. Provincia	442 Comunidad Autónoma
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

443 Superficie (m²)	444 Grado de afec.
<input type="text"/>	<input type="text"/>

Causa de presentación 445 ☐ Alta 446 Fecha  447 N.º referencia   
 448 ☐ Baja 449 Fecha  450 N.º referencia alta   
 451 ☐ Variación 452 Fecha  453 N.º referencia alta

###### Locales Indirectamente afectos a la actividad (almacenes, depósitos, centros dirección, ...)

• LOCAL Número  454 Referencia catastral

455 S.G. 456 Nombre de la vía pública	457 Núm.	458 Piso	459 Pta.	460 Código Postal
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

461 Municipio	Cód. Municipal	462 Provincia	Cód. Provincia	463 Comunidad Autónoma
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

464 Superficie (m²)	465 Grado de afec.	466 Uso o destino	467 Siglas
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Causa de presentación 468 ☐ Alta 469 Fecha  470 N.º referencia   
 471 ☐ Baja 472 Fecha  473 N.º referencia alta   
 474 ☐ Variación 475 Fecha  476 N.º referencia alta

• LOCAL Número  477 Referencia catastral

478 S.G. 479 Nombre de la vía pública	480 Núm.	481 Piso	482 Pta.	483 Código Postal
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

484 Municipio	Cód. Municipal	485 Provincia	Cód. Provincia	486 Comunidad Autónoma
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

487 Superficie (m²)	488 Grado de afec.	489 Uso o destino	490 Siglas
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Causa de presentación 491 ☐ Alta 492 Fecha  493 N.º referencia   
 494 ☐ Baja 495 Fecha  496 N.º referencia alta   
 497 ☐ Variación 498 Fecha  499 N.º referencia alta

Válido para su presentación a partir de la fecha de obtención en un mes

Nº Ref.: 2013V3626720053A - Fecha: 09-09-2013 - Hora: 12.45.21

Ejemplar para el interesado

<b>Modelo</b> <span style="font-size: 24pt; font-weight: bold;">036</span>	NIF 53626723S	Apellidos y nombre o razón o denominación social CEBOLLA PERELLO DORA	<b>Pág. 5</b>  <b>Hoja .../...</b>
---	------------------	--	--

## 5. SUJETO PASIVO GRAN EMPRESA Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

541 ¿Tiene la condición de Gran Empresa (volumen de operaciones en el ejercicio anterior superior a 6.010.121,04 euros)?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	545 <input style="width: 100%;" type="text"/>
577 ¿Es Administración Pública cuyo último presupuesto anual aprobado supera los 6.000.000 de euros?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	578 <input style="width: 100%;" type="text"/>

## 6. IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

### A) Información obligaciones

500 ¿Está establecido en el territorio de aplicación del Impuesto sobre el Valor Añadido o tiene en él un establecimiento permanente?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
501 ¿Realiza exclusivamente operaciones no sujetas o exentas que no obligan a presentar autoliquidación periódica (art. 20 y 26 Ley IVA)?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	

### B) Información actividad

		Fecha
502 <input checked="" type="checkbox"/> Comunicación de inicio de actividad. Entregas de bienes o prestaciones de servicios previa o simultánea a adquisición de bienes o servicios.	503	09/09/2013
504 <input type="checkbox"/> Comunicación de inicio de actividad. Entregas de bienes y prestaciones de servicios posterior a adquisición de bienes o servicios	505	<input style="width: 100%;" type="text"/>
506 <input type="checkbox"/> Comunicación de inicio de nueva actividad que constituya sector diferenciado con comienzo de entregas de bienes o prestaciones de servicios posterior a adquisición de bienes o servicios destinados al desarrollo de la misma.	507	<input style="width: 100%;" type="text"/>
508 <input type="checkbox"/> Comunicación de comienzo habitual de entregas de bienes o prestaciones de servicios (habiendo marcado la casilla [504] o la casilla [506] en una declaración censal presentada anteriormente.	509	<input style="width: 100%;" type="text"/>

### C) Regímenes aplicables

Identifique la actividad o actividades incluidas en cada régimen:		Grupo o epígrafe/sección IAE o código de actividad	Fecha
Alta	510 <input checked="" type="checkbox"/> General	511	09/09/2013
Baja	514 <input type="checkbox"/> Régimen especial recargo de equivalencia	515	516 <input style="width: 100%;" type="text"/>
	518 <input type="checkbox"/> Régimen especial bienes usados, objetos de arte, antigüedades y objetos de colección, determinación base imponible operación por operación	519	520 <input style="width: 100%;" type="text"/>
	522 <input type="checkbox"/> Régimen especial bienes usados, objetos de arte, antigüedades y objetos de colección, determinación base imponible mediante margen de beneficio global	523	524 <input style="width: 100%;" type="text"/>
	526 <input type="checkbox"/> Régimen especial agencias de viajes, determinación base imponible operación por operación	527	528 <input style="width: 100%;" type="text"/>
	530 <input type="checkbox"/> Régimen especial agencias de viajes, determinación global de la base imponible	531	532 <input style="width: 100%;" type="text"/>
	Régimen especial agricultura, ganadería y pesca		
	534 <input type="checkbox"/> Incluido	535	536 <input style="width: 100%;" type="text"/>
	538 <input type="checkbox"/> Excluido	539	540 <input style="width: 100%;" type="text"/>
	542 <input type="checkbox"/> Renuncia	543	544 <input style="width: 100%;" type="text"/>
	546 <input type="checkbox"/> Revocación	547	548 <input style="width: 100%;" type="text"/>
	570 <input type="checkbox"/> Baja	571	572 <input style="width: 100%;" type="text"/>
	Régimen especial simplificado		
	550 <input type="checkbox"/> Incluido	551	552 <input style="width: 100%;" type="text"/>
	554 <input type="checkbox"/> Excluido	555	556 <input style="width: 100%;" type="text"/>
	558 <input type="checkbox"/> Renuncia	559	560 <input style="width: 100%;" type="text"/>
	562 <input type="checkbox"/> Revocación	563	564 <input style="width: 100%;" type="text"/>
	566 <input type="checkbox"/> Baja	567	568 <input style="width: 100%;" type="text"/>
	574 <input type="checkbox"/> Régimen especial oro de inversión, realización de operaciones que puedan tributar por este régimen	575	576 <input style="width: 100%;" type="text"/>

### D) Registros

Solicita inscripción / baja en el Registro de devolución mensual.			
579 <input type="checkbox"/> Alta	580 <input type="checkbox"/> Baja		
Solicita alta/baja en el Registro de operadores intracomunitarios			
582 <input type="checkbox"/> Alta	583 <input type="checkbox"/> Baja	584 Fecha	<input style="width: 100%;" type="text"/>

### E) Deducciones

586 Propone porcentaje provisional de deducción, a efectos del artículo 111.dos de la LIVA: <input style="width: 50px;" type="text"/> %			
Sectores diferenciados y prorata especial:			
No tiene sectores diferenciados			
Si tiene sectores diferenciados:			
Código CNAE	Código CNAE	Código CNAE	Opción prorata especial
Sector I, actividades comprendidas:	588 <input style="width: 100%;" type="text"/>	589 <input style="width: 100%;" type="text"/>	590 <input style="width: 100%;" type="text"/>
Sector II, actividades comprendidas:	592 <input style="width: 100%;" type="text"/>	593 <input style="width: 100%;" type="text"/>	594 <input style="width: 100%;" type="text"/>
Sector III, actividades comprendidas:	596 <input style="width: 100%;" type="text"/>	597 <input style="width: 100%;" type="text"/>	598 <input style="width: 100%;" type="text"/>

Nº Ref.: 2013V3626720053A - Fecha: 09-09-2013 - Hora: 12.45.21

Ejemplar para el interesado



Modelo  
**036**

NIF  
53626723S

Apellidos y nombre o razón o denominación social  
CEBOLLA PERELLO DORA

Pág. 6

## 7. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS, IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES E IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE NO RESIDENTES

### A) Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas

Obligación de realizar pagos fraccionados a cuenta del IRPF derivados del desarrollo de actividades económicas propias.	600	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	602	09/09/2013
Obligación de realizar pagos fraccionados a cuenta del IRPF derivados de su condición de miembro de una entidad en régimen de atribución de rentas.	601	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	603	

Método de estimación en el IRPF:	Inclusión	Renuncia	Revocación	Exclusión	Baja	Fecha
- Estimación objetiva.....	604 <input type="checkbox"/>	605 <input type="checkbox"/> (1)	606 <input type="checkbox"/>	607 <input type="checkbox"/> (1)	615 <input type="checkbox"/>	616
- Estimación directa.....						
normal.....	608 <input type="checkbox"/>				617 <input type="checkbox"/>	618
simplificada.....	609 <input checked="" type="checkbox"/>	610 <input type="checkbox"/> (2)	611 <input type="checkbox"/>	612 <input type="checkbox"/>	619 <input type="checkbox"/>	09/09/2013

(1) Si determinaba el rendimiento neto de sus actividades económicas por el método de estimación objetiva y ha iniciado durante el año alguna actividad económica no incluida o por la que se renuncie a dicho método, marcando las casillas [605] o [607], indique el grupo o epígrafe/sección IAE o el código de aquellas actividades a las que continuará aplicando el método de estimación objetiva hasta el final del periodo impositivo.

613

(2) Si determinaba el rendimiento neto de sus actividades económicas por la modalidad simplificada del método de estimación directa y ha iniciado durante el año alguna actividad económica por la que haya renunciado a esta modalidad, marcando la casilla [610], indique el grupo o epígrafe/sección de IAE o el código de aquellas actividades a las que continuará aplicando la modalidad simplificada hasta el final del periodo impositivo.

614

### B) Impuesto sobre Sociedades

Obligación de presentar declaración por el Impuesto sobre Sociedades.....	620	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	641	
Fecha de cierre del próximo ejercicio económico 640 (dd/mm)					
Opción por el sistema de cálculo previsto en el artículo 45.3 del texto refundido de la Ley IS para la realización de los pagos fraccionados a cuenta del Impuesto sobre Sociedades.....	621	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	642	
Condición de entidad exenta en el Impuesto sobre Sociedades.....	622	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
En su caso, marque la casilla que corresponda:					
623 <input type="checkbox"/> Exención total (artículo 9.1 texto refundido Ley IS).....	643				
624 <input type="checkbox"/> Exención parcial (artículo 9.2 texto refundido Ley IS)...	644				
625 <input type="checkbox"/> Exención parcial (artículo 9.3 texto refundido Ley IS)...	645				
Ejercitada la opción por el régimen de consolidación fiscal, renuncia a su aplicación.....	626	<input type="checkbox"/>		646	

### C) Impuesto sobre la Renta de no Residentes correspondiente a establecimientos permanentes o a entidades en atribución de rentas constituidas en el extranjero con presencia en territorio español

Modalidad de establecimiento permanente:					
630 <input type="checkbox"/> Régimen general					
631 <input type="checkbox"/> Actividades art. 18.3 texto refundido Ley IRNR					
632 <input type="checkbox"/> Actividades art. 18.4 texto refundido Ley IRNR					
Opción por el régimen general, en los términos del artículo 18.4 del texto refundido Ley IRNR.....	633	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	636	
Obligación de presentar declaración por el IRNR, correspondiente a establecimientos permanentes o a entidades en atribución de rentas constituidas en el extranjero con presencia en territorio español.....	634	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	637	
Opción por el sistema de cálculo previsto en el artículo 45.3 del texto refundido Ley IS para la realización de los pagos fraccionados a cuenta del IRNR, correspondiente a establecimientos permanentes o a entidades en atribución de rentas constituidas en el extranjero con presencia en territorio español.....	635	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	638	

## 8. RÉGIMEN FISCAL ESPECIAL DEL TÍTULO II DE LA LEY 49/2002

651 <input type="checkbox"/> Ejerce la opción por el Régimen fiscal especial del Título II de la Ley 49/2002.....	653		Fecha
652 <input type="checkbox"/> Ejercitada la opción por el Régimen fiscal especial de la Ley 49/2002, renuncia a su aplicación.....	654		

Válido para su presentación a partir de la fecha de obtención en un mes

Nº Ref.: 2013V3626720053A - Fecha: 09-09-2013 - Hora: 12.45.21

Ejemplar para el interesado

# Alta en el Régimen de Trabajadores autónomos

Modelo TA.521



MINISTERIO  
DE EMPLEO  
Y SEGURIDAD SOCIAL



TESORERÍA GENERAL  
DE LA SEGURIDAD SOCIAL

TA.0521/1 (Hoja 1/2)

Registro de presentación

Registro de entrada

## SOLICITUD SIMPLIFICADA DE: ALTA, BAJA O VARIACIÓN DE DATOS EN EL RÉGIMEN ESPECIAL DE AUTÓNOMOS

### 1. DATOS DEL SOLICITANTE

1.1 PRIMER APELLIDO		SEGUNDO APELLIDO		NOMBRE		1.2 NÚMERO DE SEGURIDAD SOCIAL	
FECHA DE NACIMIENTO		1.3 GRADO DE DISCAPACIDAD		1.4 TIPO DE DOCUMENTO IDENTIFICATIVO		1.5 Nº DE DOCUMENTO IDENTIFICATIVO	
Día Mes Año		D.N.I. TARJETA DE EXTRANJERO PASAPORTE					
1.6 DOMICILIO		NOMBRE DE LA VÍA PÚBLICA		BLOQUE NÚM. BIS ESCAL. PISO PUERTA Cód. postal			
MUNICIPIO/ENTIDAD DE ÁMBITO TERRITORIAL INFERIOR AL MUNICIPIO		PROVINCIA					
1.7 DATOS TELEFONICOS		CORREO ELECTRÓNICO		ACEPTO EL ENVÍO DE COMUNICACIONES INFORMATIVAS DE LA SEGURIDAD SOCIAL		SI NO TELÉFONO MÓVIL	

### 2. DATOS RELATIVOS A LA SOLICITUD (Marque con "X" la opción correcta)

ALTA BAJA VARIACIÓN DE DATOS		FECHA DE INICIO/CESE/VARIACIÓN DE DATOS	
Día Mes Año			
2.1 CAUSA DE LA BAJA/VARIACIÓN DE DATOS		2.2 D.N.I./N.S./S/C/I.F. o C.C.C. DEL SUCESOR/IA DE LA ACTIVIDAD	
A esta solicitud se acompañan los siguientes documentos:			

### 3. DATOS RELATIVOS A LA ACTIVIDAD PROFESIONAL

3.1 ACTIVIDAD ECONÓMICA - COLEGIO PROFESIONAL		3.2 I.A.E.		CNAE 2009	
3.3 NOMBRE COMERCIAL					
3.4 DOMICILIO		NOMBRE DE LA VÍA PÚBLICA		BLOQUE NÚM. BIS ESCAL. PISO PUERTA Cód. postal	
MUNICIPIO/ENTIDAD DE ÁMBITO TERRITORIAL INFERIOR AL MUNICIPIO		PROVINCIA		TELÉFONO	
3.5 MARQUE CON "X" SI ESTA INCLUIDO EN ALGUNO DE LOS SIGUIENTES SUPUESTOS					
MUJER REINCORPORADA AL TRABAJO, DESPUÉS DE MATERNIDAD		VENTA AMBULANTE		TRABAJADOR DE TEMPORADA (FECHA PREVISTA CESE ACTIVIDAD)	
AUTÓNOMO INTEGRADO EN UN COLEGIO PROFESIONAL		NOTARIO			

### 4. OPCIÓN RESPECTO DE LA BASE DE COTIZACIÓN, DE LAS CONTINGENCIAS PROFESIONALES Y DE LA MUTUA DE A.T. Y E.P.

IMPORTANTE: CUMPLIMENTAR EN LA SIGUIENTE HOJA

### 5.1 DATOS RELATIVOS AL REPRESENTANTE

NOMBRE Y APELLIDOS O RAZÓN SOCIAL	
Nº DE DOCUMENTO IDENTIFICATIVO	NÚMERO DE SEGURIDAD SOCIAL

### 5.2 DATOS RELATIVOS AL AUTORIZADO DEL SISTEMA RED

NOMBRE Y APELLIDOS O RAZÓN SOCIAL	
NÚMERO DE LA AUTORIZACIÓN	

### 6. A EFECTOS DE NOTIFICACIONES SEÑALA COMO DOMICILIO PREFERENTE (Marque con una "X" la opción correcta)

DOMICILIO DEL SOLICITANTE (AFIRMTADO 1.6)	DOMICILIO DE LA ACTIVIDAD PROFESIONAL (AFIRMTADO 3.4)	OTRO DOMICILIO (ANOTAR EN LA SIGUIENTE HOJA)

### 7. DATOS PARA LA DOMICILIACIÓN DEL PAGO DE CUOTAS

CÓDIGO CUENTA CLIENTE		DOCUMENTO IDENTIFICATIVO DEL TITULAR DE LA CUENTA DE ADEUDO	
ENTIDAD	SUCURSAL	D.C.	NÚMERO CUENTA
TIPO DE DOCUMENTO IDENTIFICATIVO		Nº DE DOCUMENTO IDENTIFICATIVO	
D.N.I. C.I.F. TARJETA EXTRANJERO PASPR			

FIRMA DEL TRABAJADOR/A	FIRMA Y SELLO DEL REPRESENTANTE	DILIGENCIA DE NOTIFICACIÓN DE LA SUBSANACIÓN Y MEJORA DE LA SOLICITUD	DILIGENCIA DE NOTIFICACIÓN DE LA RESOLUCIÓN
		Fecha: D.N.I.: FIRMA:	BOLETINES DE COTIZACIÓN RECIBIDOS: DE A Fecha: D.N.I.: FIRMA:

SUBSANACIÓN Y/O MEJORA REQUERIDA

ÓRGANO AL QUE SE DIRIGE LA SOLICITUD: DIRECCIÓN PROVINCIAL O ADMINISTRACIÓN DE LA T. G. S. S.:

ADVERTENCIA: En las Comunidades Autónomas con lengua cooficial, existe a su disposición este impreso redactado en lengua vernácula.

TA.0521/1 (Hoja 1/2)  
(6-6/15/2016)





TA.0521/1 (Hoja 2/2)

Registro de presentación

Registro de entrada

DATOS DEL SOLICITANTE

NOMBRE Y APELLIDOS

NÚMERO DE DOCUMENTO IDENTIFICATIVO

NÚMERO DE SEGURIDAD SOCIAL (N.S.S.)

OPCIONES

4.1. OPCIÓN RESPECTO DE LA BASE DE COTIZACIÓN

☐ BASE MÍNIMA ☐ BASE MÁXIMA ☐ OTRA BASE

☐ SOLICITA el INCREMENTO automático de la Base de Cotización en el mismo porcentaje en que se incremente la Base Máxima de Cotización del Régimen Especial.

4.2. MUTUA DE COBERTURA DE INCAPACIDAD TEMPORAL DERIVADA DE CONTINGENCIAS COMUNES

MUTUA Nº  DE A.T. y E.P.

4.3. OPCIÓN RESPECTO DE LA COBERTURA DE LAS CONTINGENCIAS PROFESIONALES (ACCIDENTES DE TRABAJO Y ENFERMEDADES PROFESIONALES)

SOLICITA (Marque con una "X" lo que proceda):

☐ ACOGERSE a la cobertura de las contingencias profesionales

☐ RENUNCIAR a la cobertura de las contingencias profesionales

4.4. OPCIÓN RESPECTO DE LA INCAPACIDAD TEMPORAL EN SITUACIÓN DE PLURIACTIVIDAD

SOLICITA (Marque con una "X" lo que proceda):

☐ ACOGERSE a la cobertura de la Incapacidad Temporal

☐ NO ACOGERSE a la cobertura de la Incapacidad Temporal

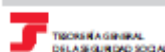
5. A EFECTOS DE NOTIFICACIONES SEÑALA COMO DOMICILIO PREFERENTE UN DOMICILIO DISTINTO DEL DE RESIDENCIA O DEL DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

TRIE Nº  NOMBRE DE LA VÍA PÚBLICA  BLOQUE  NÚM.  BIS  ESCAL.  PISO  PUERTA  Cód. Postal   
DOMICILIO MUNICIPIO / ENTIDAD DE ÁMBITO TERRITORIAL INFERIOR AL MUNICIPIO  PROVINCIA  TELÉFONO   
APARTADO DE CORREOS

ADVERTENCIA:  
En las Comunidades Autónomas con lengua cooficial, existe a su disposición este Impreso redactado en lengua vernácula.

TA.0521/1 (Hoja 2/2)  
(05-07-2010)

FIRMA DEL TRABAJADOR/A



**RESGUARDO DE SOLICITUD SIMPLIFICADA DE  
ALTA, BAJA O VARIACIÓN DE DATOS  
EN EL RÉGIMEN ESPECIAL DE AUTÓNOMOS (TA.0521/1)**

Con la fecha que se indica en este documento ha tenido entrada, en el registro de esta Dirección Provincial o Administración de la Seguridad Social, la solicitud cuyos datos figuran a continuación:

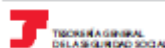
TA.0521/1 (Resguardado)  
(05-07-2016)

**DATOS DEL TRABAJADOR/A**

APELLIDOS Y NOMBRE	
Nº DE SEGURIDAD SOCIAL	Nº DE DOCUMENTO IDENTIFICATIVO
ALTA <input type="checkbox"/> BAJA <input type="checkbox"/> VARIACIÓN DE DATOS <input type="checkbox"/>	FECHA DE ALTA/BAJA/VARIACIÓN DE DATOS Día Mes Año
DATO DEL QUE SE SOLICITA LA VARIACIÓN	

Registro de entrada

**PLAZO DE RESOLUCIÓN:** El plazo máximo para dictar y notificar la resolución sobre la presente solicitud será de cuarenta y cinco días contados a partir de la fecha de su entrada en el registro de la Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social o Administración de la Seguridad Social competente para su tramitación. El plazo indicado podrá ser suspendido cuando deba requerirse la subsanación de deficiencias y la aportación de documentos y otros elementos de juicio necesarios, así como en el resto de los supuestos del art. 42.5 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común. Transcurrido el citado plazo sin que recaiga resolución expresa, la solicitud podrá entenderse estimada, lo que se comunica a efectos de lo establecido en el artículo 42.4 de la Ley 30/1992.



**SUBSANACIÓN Y/O MEJORA DE LA SOLICITUD SIMPLIFICADA DE  
ALTA, BAJA O VARIACIÓN DE DATOS  
EN EL RÉGIMEN ESPECIAL DE AUTÓNOMOS (TA.0521/1)**

La solicitud de alta, baja o variación de datos del trabajador/a por cuenta propia, cuyos datos figuran a continuación, no reúne los requisitos establecidos por el artículo 70 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y/o los establecidos en el Reglamento General aprobado por Real Decreto 84/1996, de 26 de enero, por lo que no se puede dictar resolución expresa en el mismo acto de la presentación de la solicitud.

TA.0521/1 (Subsanado/da)  
(05-07-2016)

**DATOS DEL TRABAJADOR/A**

APELLIDOS Y NOMBRE	
Nº DE SEGURIDAD SOCIAL	Nº DE DOCUMENTO IDENTIFICATIVO
ALTA <input type="checkbox"/> BAJA <input type="checkbox"/> VARIACIÓN DE DATOS <input type="checkbox"/>	FECHA DE ALTA/BAJA/VARIACIÓN DE DATOS Día Mes Año
DATO DEL QUE SE SOLICITA LA VARIACIÓN	

De conformidad con lo establecido en el art. 71 de la Ley 30/1992, en un plazo de DIEZ DÍAS, el solicitante deberá subsanar la falta que se indica y/o acompañar los documentos que se relacionan.

--

Si no se subsanara la falta o no se entregasen los documentos solicitados, se le tendrá por desistido de su petición, dictándose la correspondiente resolución, notificándose a la Inspección de Trabajo y Seguridad Social a los efectos pertinentes.

Registro de salida

**PLAZO DE RESOLUCIÓN:** El plazo máximo para dictar y notificar la resolución sobre la presente solicitud será de cuarenta y cinco días contados a partir de la fecha de su entrada en el registro de la Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social o Administración de la Seguridad Social competente para su tramitación. El plazo indicado podrá ser suspendido cuando deba requerirse la subsanación de deficiencias y la aportación de documentos y otros elementos de juicio necesarios, así como en el resto de los supuestos del art. 42.5 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común. Transcurrido el citado plazo sin que recaiga resolución expresa, la solicitud podrá entenderse estimada, lo que se comunica a efectos de lo establecido en el artículo 42.4 de la Ley 30/1992.

# Alta en la Seguridad Social de los trabajadores

## Modelo TA 2/S

### NOTAS INFORMATIVAS

PROTECCIÓN DE DATOS.- A los efectos previstos en el artículo 5 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre (B.O.E. del 14-12-1999), de protección de datos de carácter personal, se le informa que los datos consignados en el presente modelo serán incorporados al Fichero General de Afiliación, regulado por la Orden de 27-07-1994. Respecto de los citados datos podrá ejercitar los derechos de acceso, rectificación y cancelación, en los términos previstos en la indicada Ley Orgánica 15/1999.

### INSTRUCCIONES PARA CUMPLIMENTAR EL MODELO

#### GENERALES

- El documento deberá cumplimentarse a máquina o con letras mayúsculas, sin enmiendas ni tachaduras.
- Los espacios sobre fondo gris deben cumplimentarse por la Administración de la Seguridad Social.

#### ESPECÍFICAS

#### 1. DATOS DEL AFILIADO/A

- 1.1- Grado de Discapacidad.- Si el trabajador/a es discapacitado/a, indíquese el grado de discapacidad.
- 1.2- Número del Documento Identificativo.- Se reflejará el número del documento identificativo, si se trata de Tarjeta de Extranjero se anotará el Número de Identificación de Extranjero (N.I.E.).
- 1.3- Datos Telemáticos.- La anotación de estos datos supone la aceptación de comunicaciones informativas de la Seguridad Social.

#### 2. DATOS RELATIVOS A LA SOLICITUD

- 2.1- Situación de Inactividad.- Si la solicitud se formula para comunicar el inicio o la finalización de una situación de inactividad del trabajador dentro de una relación laboral, siempre que tal situación de inactividad comprenda un mes natural completo o más, se marcará con "X" el apartado que proceda. En el apartado FECHA DE ALTA/BAJA/VARIACIÓN DE DATOS, se anotará, en el supuesto del inicio de la situación de inactividad, el primer día en el que el trabajador no realice actividad y, en el supuesto del fin de la situación de inactividad, el último día en el que el trabajador no realice actividad.
- 2.2- Causa de Alta, Baja o Variación de Datos.- Si se trata de una solicitud de Baja, indicarla causa. En el supuesto de Variación de Datos, indicar brevemente la causa de la misma.

#### 3. DATOS DE LA EMPRESA SOLICITANTE

- 3.1- Régimen/Sistema Especial de Seguridad Social.- Indicar el Régimen y, en su caso, el Sistema Especial en el que se encuadra al trabajador/a. Asimismo, se indicará si el trabajador pertenece a alguno de los siguientes colectivos: Representantes de Comercio, Artistas, Taurinos o Concierto de Asistencia Sanitaria. En el caso del Régimen Especial del Mar se indicará el grupo de cotización (I, IIA, IIB, ó III).

#### 4. DATOS LABORALES Y DE SEGURIDAD SOCIAL

- 4.1- Contrato de Trabajo.- En el supuesto de que el contrato de trabajo que regula la relación laboral entre el empresario y el trabajador haya sido formalizado por el empresario solicitante del alta, se dejarán en blanco los apartados 4.1.2., 4.1.3. y 4.1.5.
  - 4.1.1- Código.- Consignará el código del contrato de trabajo según las claves establecidas por la Tesorería General de la Seguridad Social.
  - 4.1.2- Fecha de inicio del Contrato de Trabajo.- Este apartado, únicamente deberá cumplimentarse en las solicitudes de alta cuando se cumplan los condicionantes que se indican. En el supuesto de que el contrato de trabajo que regula la relación laboral entre el empresario y el trabajador NO haya sido formalizado por el empresario solicitante del alta, se anotará la fecha en que causó alta el trabajador con ese mismo contrato para el anterior empresario.
  - 4.1.3- Causa Alta Sucesiva.- En este apartado, indicará la causa de la sucesión (absorción, fusión o transformación de empresas, sucesión en la titularidad de una explotación, industria o negocio,...).
  - 4.1.4- Fecha de fin de vacaciones retribuidas y no percibidas.- Indicar, si procede, la fecha en que finaliza el período que corresponde a las vacaciones anuales retribuidas que no haya disfrutado el trabajador con anterioridad a la finalización de la relación laboral, o con anterioridad a la finalización de la actividad de temporada o campaña de los trabajadores fijos discontinuos.
  - 4.1.5- Empresa de origen del contrato.- Se identificará la empresa de origen con la que el trabajador formalizó el contrato, indicando el código de cuenta de cotización, si se conoce, o la razón social de la misma. No se cumplimentará este apartado, en las solicitudes de alta sucesivas entre cuentas de cotización del mismo empresario.
- 4.2- Trabajadores/as con exclusiones de cotización.- En el supuesto de que el trabajador/a esté excluido de alguna prestación del Sistema de Seguridad Social, se indicará la causa de tal exclusión.
- 4.3- Relación Laboral de Carácter Especial.- Se indicará el tipo o clase de la misma. Si se trata de Representante de Comercio, se consignará, además, la entidad con la que se ha formalizado la cobertura de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales apartado (4.3.1), y si ha optado por que la cobertura de la prestación económica de incapacidad temporal por contingencias comunes lo cubra esa misma mutua, indique SI o NO (4.3.2).
- 4.4- Grupo de Cotización.- El que tenga el trabajador/a según su categoría profesional.
- 4.5- Ocupación -AT/EP.- Se anotará únicamente, cuando la ocupación sea una de las que expresamente, figuran en la norma.
- 4.6- C.C.C. o N° S.S. Empresario.- Anotará el número de cuenta de cotización o número de la Seguridad Social del empresario usuario de una empresa de trabajo temporal.
- 4.7- Identificador de la embarcación.- Si el trabajador/a pertenece al Régimen Especial del Mar, se identificará la embarcación (Matrícula/Lista/Folio).
- 4.8- Se marcará con una "X" si el trabajador/a se encuentra comprendido/a en alguna de las situaciones que se indican.
- 4.9- Tiempo Parcial.- Se consignarán en el apartado A, las horas de trabajo pactadas al día, a la semana, al mes o al año; en el apartado B, se consignarán las horas de que se compone la jornada máxima de los trabajadores de la empresa contratados a tiempo completo para el mismo periodo indicado en el apartado A; y en el Coeficiente a Tiempo Parcial se calculará el coeficiente conforme a la fórmula indicada.
- 4.10- Número de Seguridad Social (N.S.S.) Trabajador/a sustituido/a.- En el supuesto de que el trabajador/a que causa alta sustituya a otra persona de la empresa, se indicará el Número de Seguridad Social del trabajador/a al que se sustituye.
- 4.11- Causa de la Sustitución.- Causa que motiva la sustitución del trabajador/a.
- 4.12- Categoría Profesional.- Se indicará la categoría profesional del trabajador/a si es del Régimen Especial de la Minería del Carbón o del Régimen Especial del Mar.
- 4.13- C.O.E.- Coeficiente reductor de la edad de jubilación en el supuesto de trabajador/a del Régimen Especial de la Minería del Carbón, personal de vuelo aéreo, trabajadores/as ferroviarios/as o del Estatuto del Minero.
- 4.14- Convenio Colectivo.- Código de convenio colectivo que regule la relación laboral del trabajador/a que causa alta.
- 4.15- Se marcará con una "X" si el trabajador/a inicia o cesa en una de las situaciones especiales que se indican: En el supuesto de una situación de guarda legal del trabajador/a, de menores de edad, se anotará el porcentaje de la jornada de trabajo que realizará a partir de la citada guarda legal. De igual forma, se actuará en las suspensiones por regulación de empleo parcial y huelgas parciales.
- 4.16- Sistema Especial de Frutas y Hortalizas e Industrias de Conservas Vegetales.- Si el trabajador se encuadra en este sistema especial del Régimen General, se consignará en el alta el coeficiente de permanencias aplicable apartado (4.16.1) y en el supuesto de baja, además del apartado citado, los días de trabajo efectivamente realizados durante la campaña (4.16.2) y, en su caso, los días en situación de incapacidad temporal, maternidad o riesgo durante el embarazo durante la campaña (4.16.3).





MINISTERIO  
DE EMPLEO  
Y SEGURIDAD SOCIAL



TESORERÍA GENERAL  
DE LA SEGURIDAD SOCIAL

TA.2/S

Registro de presentación

Registro de entrada

## SOLICITUD DE ALTA, BAJA O VARIACIÓN DE DATOS DEL TRABAJADOR POR CUENTA AJENA O ASIMILADO

### 1. DATOS DEL AFILIADO/A

PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO	NOMBRE	NÚMERO DE SEGURIDAD SOCIAL
FECHA DE NACIMIENTO		1.1 GRADO DE DISCAPACIDAD	TIPO DE DOCUMENTO IDENTIFICATIVO
Día Mes Año		D.N.I.	TARJETA DE EXTRANJERO PASAPORTE
DOMICILIO			
CORREO ELECTRÓNICO			
ACEPTO ENVÍO COMUNICACIONES INFORMATIVAS DE LA SEGURIDAD SOCIAL SI NO TELÉFONO MÓVIL			

### 2. DATOS RELATIVOS A LA SOLICITUD (Marque con "X" la opción correcta)

2.1 SITUACIÓN DE INACTIVIDAD	2.2 CAUSA DEL ALTA/BAJA/VARIACIÓN DE DATOS	FECHA DE ALTA/BAJA/VARIACIÓN DE DATOS
ALTA BAJA VARIACIÓN DE DATOS INICIO FIN		Día Mes Año

### 3. DATOS DE LA EMPRESA SOLICITANTE

RAZÓN SOCIAL DEL EMPRESARIO COLECTIVO O NOMBRE Y APELLIDOS DEL EMPRESARIO INDIVIDUAL	3.1 RÉGIMEN SISTEMA ESPECIAL	CÓDIGO CUENTA COTIZACIÓN (C.C.C.)
DOMICILIO		

### 4. DATOS LABORALES Y DE SEGURIDAD SOCIAL

4.1 CONTRATO DE TRABAJO		4.2 TRABAJADORES/AS CON EXCLUSIONES DE COTIZACIÓN		4.3 RELACIÓN LABORAL DE CARÁCTER ESPECIAL	
4.1.1 CÓDIGO	4.1.2 FECHA DE INICIO DEL CONTRATO DE TRABAJO	4.1.3 CAUSA ALTA SUCESIVA		4.1.4 FECHA DE FIN DE VACACIONES RETRIBUIDAS Y NO DISFRUTADAS	
	Día Mes Año			Día Mes Año	
4.1.5 EMPRESA DE ORIGEN DEL CONTRATO		4.2.1 ENTIDAD DE ACCIDENTE DE TRABAJO		4.2.2 OPCIÓN (I) O (II)	
4.8 INDIQUE SI EL TRABAJADOR/ORA SE ENCUENTRA EN SITUACIÓN DE:					
DESEMPLEADO/A	DESEMP. INSCRITO MÁS DE 6 MESES	DESEMPLEADO/A SUBSIDIO R.E.A.	RENTA ACTIVA DE INSERCIÓN	MUJER SUBREPRESENTADA	EXCLUSIÓN SOCIAL
BENEF. SUBSIDIO DESEMP. > 52 AÑOS	BENEF. DESEMPLEO FALTA 1 AÑO O MÁS	MUJER REINCORPORADA AL TRABAJO DESPUÉS DE MATERNIDAD		PARTO ÚLTIMOS 24 MESES	VÍCTIMA VIOLENCIA DE GÉNERO
4.9. TIEMPO PARCIAL		Nº HORAS JORNADA MÁXIMA (B)		COEFICIENTE TIEMPO PARCIAL	
Día Mes Año				(A x 1000) B	
4.10 N.º S. TRABAJADOR/ORA SUSTITUIDO/A	4.11 CAUSA DE LA SUSTITUCIÓN	4.12 CATEGORÍA PROFESIONAL	4.13 C.O.E.	4.14 CONVENIO COLECTIVO	
4.15 INDIQUE SI EL TRABAJADOR/ORA SE ENCUENTRA EN ALGUNA DE LAS SITUACIONES ESPECIALES SIGUIENTES					
EXCEDENCIA CUIDADO HIJO RELEVO	EXCEDENCIA OTRO FAMILIAR	GUARDA LEGAL -%-	MATERNIDAD	SUSPENSIÓN POR REGULACIÓN DE EMPLEO TOTAL/PARCIAL -%-	HUELGA TOTAL/PARCIAL CIERRE PATRONAL -%-
OTRAS SITUACIONES					
4.16 SISTEMA ESPECIAL DE FRUTAS, HORTALIZAS E INDUSTRIAS DE CONSERVAS VEGETALES					
4.16.1 COEFICIENTE DE PERMANENCIAS	4.16.2 DÍAS DE TRABAJO	4.16.3 DÍAS EN SITUACIÓN DE INCAPACIDAD TEMPORAL, MATERNIDAD O RIESGO DURANTE EL EMBARAZO			
FIRMA DEL TRABAJADOR/ORA		FIRMA Y SELLO DEL EMPRESARIO		FIRMA	

SUBSANACIÓN Y/O MEJORA REQUERIDA

ÓRGANO AL QUE SE DIRIGE LA SOLICITUD: DIRECCIÓN PROVINCIAL O ADMINISTRACIÓN DE LA T. G. S. S.:

ADVERTENCIA: TA. 2/S (05-07-2010) En las Comunidades Autónomas con lengua cooficial, existe a su disposición este Impreso redactado en lengua vernácula.



# MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL TESORERÍA GENERAL DE LA SEGURIDAD SOCIAL SUBSANACIÓN Y/O MEJORA DE LA SOLICITUD DE ALTA, BAJA O VARIACIÓN DE DATOS DE TRABAJADOR POR CUENTA AJENA O ASIMILADO (TA2/S)

La solicitud de alta, baja o variación de datos del trabajador por cuenta ajena o asimilado, cuyos datos figuren a continuación, no reúne los requisitos establecidos por el art. 70 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y/o los establecidos en el Reglamento General aprobado por Real Decreto 94/1996 de 25 de enero, por lo que no se puede dictar resolución expresa en el mismo acto de la presentación de la solicitud.

Nº DE SEGURIDAD SOCIAL DE TRABAJADORIA

ALTA	BAJA	VARIACIÓN DE DATOS
------	------	--------------------

C.C.C.

FECHA DE ALTA/BAJA/VARIACIÓN DE DATOS
Día Mes Año

De conformidad con lo establecido en el art. 71 de la Ley 30/1992, en un plazo de DIEZ DÍAS, la empresa solicitante deberá subsanar la falta que se indica y/o acompañar los documentos que se relacionan.

TA 2/S
--------

La Administración de la Seguridad Social competente para tramitar la solicitud de alta, baja o variación de datos es la que se indica en este documento.

**PLAZO DE RESOLUCIÓN:** El plazo máximo para dictar y notificar la resolución sobre la presente solicitud será de cuarenta y cinco días contados a partir de la fecha de su entrada en el Registro de la Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social o Administración de la Seguridad Social competente para su tramitación. El plazo indicado podrá ser suspendido cuando debe requerirse la subsanación de deficiencias y la aportación de documentos y otros elementos de juicio necesarios, así como en el resto de los supuestos del art. 42.5 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común. Transcurrido el citado plazo sin que recaiga resolución expresa, la solicitud podrá entenderse estimada, lo que se comunica a efectos de lo establecido en el artículo 42.4 de la Ley 30/1992.

Registro de entrada



# MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL TESORERÍA GENERAL DE LA SEGURIDAD SOCIAL RESGUARDO DE SOLICITUD DE ALTA, BAJA O VARIACIÓN DE DATOS DE TRABAJADOR POR CUENTA AJENA O ASIMILADO (TA2/S)

Con la fecha que se indica en el reverso del presente documento ha tenido entrada en el registro de esta Administración de la Seguridad Social la solicitud cuyos datos figuren a continuación:

Nº DE SEGURIDAD SOCIAL DE TRABAJADORIA

ALTA	BAJA	VARIACIÓN DE DATOS
------	------	--------------------

C.C.C.

FECHA DE ALTA/BAJA/VARIACIÓN DE DATOS
Día Mes Año

TA 2/S  
Verdadero

La Administración de la Seguridad Social competente para tramitar la solicitud de alta, baja o variación de datos es la que se indica en este documento.

Si no se subsanara la falta o no se entregasen los documentos solicitados, se le tendrá por desistido de su petición, dictándose la correspondiente resolución, notificándose a la Inspección de Trabajo y Seguridad Social a los efectos pertinentes.


**PLAZO DE RESOLUCIÓN:** El plazo máximo para dictar y notificar la resolución sobre la presente solicitud será de cuarenta y cinco días contados a partir de la fecha de su entrada en el Registro de la Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social o Administración de la Seguridad Social competente para su tramitación. El plazo indicado podrá ser suspendido cuando debe requerirse la subsanación de deficiencias y la aportación de documentos y otros elementos de juicio necesarios, así como en el resto de los supuestos del art. 42.5 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común. Transcurrido el citado plazo sin que recaiga resolución expresa, la solicitud podrá entenderse estimada, lo que se comunica a efectos de lo establecido en el artículo 42.4 de la Ley 30/1992.

Registro de salida

## Licencia de apertura

En caso de que haya un centro de trabajo, hay que solicitar un permiso en el Ayuntamiento para proceder a la apertura de un local.

### COMUNICACION APERTURA DE CENTRO DE TRABAJO

 <b>GENERALITAT VALENCIANA</b> CONSELLERIA D'ECONOMIA, HISENDA I OCUPACIÓ Direcció Territorial d'Ocupació		<b>COMUNICACIÓ D'OBERTURA O REPRESA DE L'ACTIVITAT</b> <b>COMUNICACIÓN DE APERTURA O REANUDACIÓN DE LA ACTIVIDAD</b>	
Núm. Registre / Núm. Registro: <input type="text"/>		Núm. expedient / Núm. expediente: <input type="text"/>	
<b>A DADES DE L'EMPRESA / DATOS DE LA EMPRESA</b>			
De nova creació / De nueva creación: <input type="checkbox"/> Ja existent / Ya existente: <input type="checkbox"/>			
Nom o raó social / Nombre o razón social		CIF / NIF (*)	
Domicili social / Domicilio social		Telèfon / Teléfono	
Municipi / Municipio	Provincia / Provincia	CP	
Activitat econòmica / Actividad económica			
Entitat gestora o col·laboradora de A.T. i E.P. / Entidad gestora o colaboradora de A.T. y E.P.			
<b>B DADES DEL CENTRE DE TREBALL / DATOS DEL CENTRO DE TRABAJO</b>			
De nova creació / De nueva creación: <input type="checkbox"/> Represa d'activitat / Reanudación de actividad: <input type="checkbox"/> Canvi d'activitat / Cambio de actividad: <input type="checkbox"/> Trasl·lat / Traslado: <input type="checkbox"/>			
Nom / Nombre		Telèfon / Teléfono	
Domicili / Domicilio		Provincia / Provincia	
Municipi / Municipio	CP	Data inici act. / Fecha inicio act.	
Activitat econòmica / Actividad económica		Cod. cte. col·l. a la SS	
Nre. treballadors ocupats / Num. trabajadores ocupados:			
Homes / Hombres: <input type="text"/>		Dones / Mujeres: <input type="text"/> TOTAL: <input type="text"/>	
Classe de centre de treball / Clase de centro de trabajo (Taller, oficina, magatzem... si es tracta de centre mòbil, indiqueu la seua possible localització) (Taller, oficina, almacén... si se trata de centro móvil, indique su posible localización)		Superfície construïda (m²) / Superficie construida (m²)	
Adjunta Pla de Seguretat i Salut en el Treball / Acompaña Plan de Seguridad y Salud en el Trabajo: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			
En cas que el promotor haja presentat l'avaluació, d'acord amb l'establert en el RD 1627/01, de 24 d'octubre, pel qual s'establixen disposicions mínimes de seguretat i de salut en les obres de construcció. Especifica codi d'expedient d'avaluació.			
En cas de haver presentat el projecte el mateix promotor, conforme a la establert en el RD 1627/01, de 24 d'octubre, pel qual s'establixen disposicions mínimes de seguretat i de salut en les obres de construcció. Especifica codi d'expedient de seguretat.			
Adjunta Projecte Tècnic i Memòria descriptiva de l'activitat / Acompaña Proyecto Técnico y Memoria Descriptiva de la actividad: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			
Activitats molestes, insalutables, nocives i perilloses / Actividades molestas, insalubres, nocivas y peligrosas. D 2.414/01, de 30 de nov. (BO 7.12, 30.12, 7.3.02).			
<b>C DADES DE PRODUCCIÓ I/O EMMAGATZEMATGE DEL CENTRE DE TREBALL / DATOS DE PRODUCCIÓN Y/O ALMACENAMIENTO DEL CENTRO DE TRABAJO</b>			
Maquinària o aparells instal·lats / Maquinaria o aparatos instalados		Potència instal·lada / Potencia instalada (kW o CV)	
Realitza operacions i activitats incloses en l'annex I del RD 39/97, de 17 de gener, pel qual s'aprova el Reglament dels Serveis de Prevenció (BOE 31.01.97) / Realiza operaciones y actividades incluidas en el anexo I del RD 39/97, de 17 de enero, por el que aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención (BOE 31.01.97) <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			
En cas afirmatiu, especifique treballs, activitats, operacions o agents. / En caso afirmativo, especifique trabajos, actividades, operaciones o agentes. <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			

(\*) Si no n'hi ha, passaport o document substituït / En su defecto, pasaporte o documento sustitutivo


d  de   
L'empresari o representant de l'empresa / El empresario o representante de la empresa

**Notes / Notas:**

- No escriba en els espais ombrats / No escriba en los espacios sombreados
- S'omplirà a màquina o amb bolígraf amb lletres d'impressió / Se cumplimentará a máquina o a bolígrafo con letras de imprenta.
- Este impreso, una vegada omplert, es presentarà davant l'autoritat laboral competent / Este impreso, una vez cumplimentado, se presentará ante la autoridad laboral competente





 <b>GENERALITAT VALENCIANA</b> CONSELLERIA D'ECONOMIA, HISENDA I OCUPACIÓ Direcció Territorial d'Ocupació		<b>COMUNICACIÓ D'OBERTURA O REPRESA DE L'ACTIVITAT</b> <b>COMUNICACIÓN DE APERTURA O REANUDACIÓN DE LA ACTIVIDAD</b>	
Núm. registre / Núm. Registro: <input type="text"/>		Núm. expedient / Núm. expediente: <input type="text"/>	
<b>A DADES DE L'EMPRESA / DATOS DE LA EMPRESA</b>			
De nova creació / De nueva creación: <input type="checkbox"/>		Ja existent / Ya existente: <input type="checkbox"/>	
Nom o raó social / Nombre o razón social		CIF / NIF (*)	
Domicili social / Domicilio social		Telèfon / Teléfono	
Municipi / Municipio	Provincia / Provincia	CP	
Activitat econòmica / Actividad económica			
Entitat gestora o col·laboradora de A.T. i E.P. / Entidad gestora o colaboradora de A.T. y E.P.			
<b>B DADES DEL CENTRE DE TREBALL / DATOS DEL CENTRO DE TRABAJO</b>			
Denova creació / Denueva creación <input type="checkbox"/>		Represa d'activitat / Reanudación de actividad <input type="checkbox"/>	
Canvi d'activitat / Cambio de actividad <input type="checkbox"/>		Trasllat / Traslado <input type="checkbox"/>	
Nom / Nombre		Telèfon / Teléfono	
Domicili / Domicilio		Provincia / Provincia	
Municipi / Municipio	CP	Data iní. act. / Fecha iní. act.	
Activitat econòmica / Actividad económica		Cod. cte. col. a la SS	
Nre. treballadors ocupats / Núm. trabajadores ocupados:		TOTAL: <input type="text"/>	
Homes / Hombres: <input type="text"/>		Dones / Mujeres: <input type="text"/>	
Classe de centre de treball / Clase de centro de trabajo (Taller, oficina, magatzem... si es tracta de centre mòbil, indicar la seva possible localització) (Taller, oficina, almacén... si se trata de centro móvil, indicar su posible localización)		Superfície construïda (m²) / Superficie construida (m²)	
Adjunta Pla de Seguretat i Salut en el Treball / Acompaña Plan de Seguridad y Salud en el Trabajo: (veure l'annex RD 1627/07, de 3 de desembre de 2007) / (ver anexo RD 1627/07, de 3 de diciembre de 2007)		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
Adjunta Projecte Tècnic i Memòria descriptiva de l'activitat / Acompaña Proyecto Técnico y Memoria Descriptiva de la actividad: (veure l'annex RD 1627/07, de 3 de desembre de 2007) / (ver anexo RD 1627/07, de 3 de diciembre de 2007)		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
<b>C DADES DE PRODUCCIÓ I/O EMMAZATZEMATGE DEL CENTRE DE TREBALL / DATOS DE PRODUCCIÓN Y/O ALMACENAMIENTO DEL CENTRO DE TRABAJO</b>			
Màquina o aparells instal·lats / Máquina o aparatos instalados		Potència instal·lada / Potencia instalada (kW o CV)	
Realitza operacions i activitats incloses en l'annex I del RD 3957, de 17 de gener, pel qual s'aprova el Reglament dels Serveis de Prevenció (BOE 31.01.97)		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
Realitza operacions i activitats incloses en l'annex I del RD 3957, de 17 de gener, pel qual s'aprova el Reglament dels Serveis de Prevenció (BOE 31.01.97)		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
En cas afirmatiu, especifique treballs, activitats, operacions o agents. / En caso afirmativo, especifique trabajos, actividades, operaciones o agentes.			

(\*) Si no n'hi ha, passaport o document substitutiu / En su defecto, pasaporte o documento sustitutivo

\_\_\_\_\_ d' \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_  
 L'empresari o representant de l'empresa / El empresario o representante de la empresa

**Notes / Notas:**

- No escriure en els espais ombrats / No escribir en los espacios sombreados.
- Bonificar amb quina o amb bolígraf amb lletres d'impressió / Se cumplimentará únicamente con bolígrafo con letras de imprenta.
- Este impreso, una vez cumplimentado, se presentará ante la autoridad laboral competente.





#### ANNEX I

- a) Treballs amb exposició a radiacions ionitzants controlades segons Reial Decret 53/1992, de 24 de gener, sobre protecció sanitària contra radiacions ionitzants.
- b) Treballs amb exposició a agents tòxics i molt tòxics, i en particular a agents cancerígens, mutagènics o tòxics per a la reproducció, de primera i segona categoria, segons el Reial Decret 363/1995, de 10 de gener, que aprova el Reglament sobre notificació de substàncies noves i classificació, envasatge i etiquetatge de preparats perillosos i les normes de desenrotllament i adaptació al progrés d'ambdues.
- c) Activitats en què intervien productes químics d'alt risc i són objecte de l'aplicació del Reial Decret 886/1988, de 15 de juliol, i les seues modificacions, sobre prevenció d'accidents majors en determinades activitats industrials.
- d) Treballs amb exposició a agents biològics dels grups 3 i 4, segons la Directiva 90/679/CEE i les seues modificacions, sobre protecció dels treballadors contra els riscos relacionats amb agents biològics durant el treball.
- e) Activitats de fabricació, manipulació i utilització d'explosius, inclosos els articles pirotècnics i altres objectes o instruments que continguin explosius.
- f) Treballs propis de mineria a cel obert i d'interior, i sondejos en superfície terrestre o en plataformes marines.
- g) Activitats en immersió davall de l'aigua.
- h) Activitats en obres de construcció, excavació, moviments de terra i túnels, amb risc de caiguda d'altura o sterrament.
- i) Activitats en la indústria siderúrgica i en la construcció naval.
- j) Producció de gasos comprimits, líquats o dissolts o utilització significativa d'estos.
- k) Treballs que produïsquen concentracions elevades de pols silícia.
- l) Treballs amb riscos elèctrics en altatensió.

#### ANEXO I

- a) *Trabajos con exposición a radiaciones ionizantes controladas según Real Decreto 53/1992, de 24 de enero, sobre protección sanitaria contra radiaciones ionizantes.*
- b) *Trabajos con exposición a agentes tóxicos y muy tóxicos, y en particular a agentes cancerígenos, mutagénicos o tóxicos para la reproducción, de primera y segunda categoría, según el Real Decreto 363/1995, de 10 de enero, que aprueba el Reglamento sobre notificación de sustancias nuevas y clasificación, envasado y etiquetado de preparados peligrosos y las normas de desarrollo y adaptación al progreso de ambos.*
- c) *Actividades en que intervienen productos químicos de alto riesgo y son objeto de la aplicación del Real Decreto 886/1988, de 15 de julio, y sus modificaciones, sobre prevención de accidentes mayores en determinadas actividades industriales.*
- d) *Trabajos con exposición a agentes biológicos de los grupos 3 y 4, según la Directiva 90/679/CEE y sus modificaciones, sobre protección de los trabajadores contra los riesgos relacionados a agentes biológicos durante el trabajo.*
- e) *Actividades de fabricación, manipulación y utilización de explosivos, incluidos los artículos pirotécnicos y otros objetos o instrumentos que contengan explosivos.*
- f) *Trabajos propios de minería a cielo abierto y de interior, y sondeos en superficie terrestre o en plataformas marinas.*
- g) *Actividades en inmersión bajo el agua.*
- h) *Actividades en obras de construcción, excavación, movimientos de tierra y túneles, con riesgo de caída de altura o sepultamiento.*
- i) *Actividades en la industria siderúrgica y en la construcción naval.*
- j) *Producción de gases comprimidos, licuados o disueltos o utilización significativa de los mismos.*
- k) *Trabajos que produzcan concentraciones elevadas de polvo silíceo.*
- l) *Trabajos con riesgos eléctricos en alta tensión.*

## Legalización de los Libros de Visita

Los Libros de visitas están a la venta en librerías. Deberá legalizarse ante la inspección de Trabajo y SS correspondiente a la provincia. En este caso, habrá que ir a Alicante.

### INSPECCIÓ DE TREBALL I SEURETAT SOCIAL INSPECCIÓN DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL

## LLIBRE DE VISITES LIBRO DE VISITAS

Sr./Sra. \_\_\_\_\_

Cap de la Inspecció de Treball i Seguretat Social de \_\_\_\_\_  
Jefe de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social de \_\_\_\_\_

CERTIFIQUE: Que en el dia de la data he habilitat, de conformitat amb les disposicions

CERTIFICO: Que en el día de la fecha he habilitado, de conformidad con las disposiciones

vigents, este llibre de visites per al centre de treball el titular del qual s'assenyala a continuació:  
vigentes, este Libro de Visitas para el Centro de Trabajo cuyo titular se señala a continuación:

Nom o raó social

Nombre o razón social \_\_\_\_\_

CIF:

C.I.F.: \_\_\_\_\_

Activitat:

Actividad: \_\_\_\_\_

Domicili de la seu pricipals.

Domicilio de la Sede Principal: \_\_\_\_\_

Domicili del Centre de Treball:

Domicilio del Centro de Trabajo: \_\_\_\_\_

, Carrer

, Calle

Número

, CP

, C.P.

Número de inscripció en la Seguretat Social:

Número de inscripción en la Seguridad Social: \_\_\_\_\_

Número d'afiliació al Règim Especial de Treballadors Autònoms:

Número de afiliación al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos: \_\_\_\_\_

Data de la darrera diligència, si es el cas, del llibre de visites anterior:

Fecha de la última diligencia, en su caso, del Libro de Visitas anterior: \_\_\_\_\_

Este llibre consta de 50 folis duplicats on figura el segell de la inspecció.

Consta este libro de 50 folios duplicados en los que figura el sello de la inspección.

Lloc i data

Lugar y Fecha

El cap de la inspecció

El Jefe de la inspección

## Solicitar hojas de reclamación

Modelo 046

Existe un Decreto ley 2/2012 de 13 de Enero que exime del pago de las tasas.

<b>GENERALITAT VALENCIANA</b> CONSELLERIA D'ECONOMIA, INDÚSTRIA I COMERC		<b>VENDA IMPRESOS. FULLS DE RECLAMACIONS</b>		<b>MODEL</b> <b>MODELO</b> <span style="font-size: 24pt; font-weight: bold;">046</span> CPR: 9056436																					
CODI TERRITORIAL / COD. TERRITORIAL - ÒRGAN GESTOR / ORGANO GESTOR -		<b>VENDA IMPRESOS. HOJAS DE RECLAMACIONES</b>																							
CONCEPTE / CONCEPTO <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">9 9 2 2</span>																									
<b>A</b> DECLARANT DECLARANTE	1 Nº DE LIQUIDACIÓ / Nº DE LIQUIDACIÓN																								
	<div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 100%; display: flex; align-items: center; justify-content: center; font-size: 24pt; font-weight: bold;">             Aceptar           </div>																								
<b>B</b> AUTOLIQÜIDACIÓ/LIQUIDACIÓ SOL·LICITUD AUTOLIQUIDACIÓN/LIQUIDACIÓN SOLICITUD	5 NIF / NIF <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 150px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>																								
	6 COGNOMS I NOM O RAÓ SOCIAL / APELLIDOS Y NOMBRE O RAZÓN SOCIAL <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 450px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>																								
7C -PL -AV / CL -PL -AV <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 50px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>		8 NOM DE LA VIA PÚBLICA / NOMBRE DE LA VÍA PÚBLICA <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 150px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>		9 NÚM. / NÚM. <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 50px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>	10 LLETRA / LETRA <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 50px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>																				
11 ESC./ESC. <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 50px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>		12 PIS / PISO <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 50px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>		13 PTA./PTA. <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 50px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>																					
14 TELÈFON / TELÉFONO <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 100px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>		15 FAX / FAX <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 100px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>		16 MUNICIPI / MUNICIPIO <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 100px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>																					
		17 PROVÍNCIA / PROVINCIA <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 100px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>		18 CPV C.P. <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 50px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>																					
LEGISLACIÓ APLICABLE : Llei 2/2012, 14 de juny, de la Generalitat, de mesures urgents de suport a la iniciativa empresarial. Decret Leg. 1/2005, 25 de febrer, de taxes, TRL VII, cap. II LEGISLACIÓN APLICABLE : Ley 2/2012, 14 de junio, de la Generalitat, de medidas urgentes de apoyo a la iniciativa empresarial. Decreto leg. 1/2005, 25 de febrero, de tasas, TRL VII cap. II																									
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 45%;">DESCRIPCIÓ / DESCRIPCIÓN</th> <th style="width: 15%;">BLOC / BLOC</th> <th style="width: 20%;">IMPORT BLOC / IMPORTE BLOC</th> <th style="width: 20%;">TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Fulls de reclamacions / Hojas de reclamaciones (1 bloc = 10 fulls / hojas)</td> <td style="text-align: center;"><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span></td> <td style="text-align: center;"><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;">2,34</span></td> <td style="text-align: center;"><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;">0,00</span></td> </tr> <tr> <td>Exempció / Exención</td> <td style="text-align: center;"><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span></td> <td style="text-align: center;"><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;">-2,34</span></td> <td style="text-align: center;"><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;">0,00</span></td> </tr> <tr> <td>Bonificació 50% / Bonificación 50%</td> <td style="text-align: center;"><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span></td> <td style="text-align: center;"><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;">-1,17</span></td> <td style="text-align: center;"><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;">0,00</span></td> </tr> <tr> <td colspan="4">           Tipus de bonificació / Tipo de bonificación:            <input type="checkbox"/> Exempció / Exención            <input type="checkbox"/> Bonificació / Bonificación 50%         </td> </tr> </tbody> </table>						DESCRIPCIÓ / DESCRIPCIÓN	BLOC / BLOC	IMPORT BLOC / IMPORTE BLOC	TOTAL	Fulls de reclamacions / Hojas de reclamaciones (1 bloc = 10 fulls / hojas)	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;">2,34</span>	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;">0,00</span>	Exempció / Exención	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;">-2,34</span>	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;">0,00</span>	Bonificació 50% / Bonificación 50%	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;">-1,17</span>	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;">0,00</span>	Tipus de bonificació / Tipo de bonificación: <input type="checkbox"/> Exempció / Exención <input type="checkbox"/> Bonificació / Bonificación 50%			
DESCRIPCIÓ / DESCRIPCIÓN	BLOC / BLOC	IMPORT BLOC / IMPORTE BLOC	TOTAL																						
Fulls de reclamacions / Hojas de reclamaciones (1 bloc = 10 fulls / hojas)	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;">2,34</span>	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;">0,00</span>																						
Exempció / Exención	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;">-2,34</span>	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;">0,00</span>																						
Bonificació 50% / Bonificación 50%	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;">-1,17</span>	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 80px; height: 1.2em; vertical-align: middle;">0,00</span>																						
Tipus de bonificació / Tipo de bonificación: <input type="checkbox"/> Exempció / Exención <input type="checkbox"/> Bonificació / Bonificación 50%																									
<b>C</b> DATA / FECHA FECHA Y FIRMA	90 DATA PRESENTACIÓ / FECHA PRESENTACIÓN DIA MES ANY DIA MES AÑO		A INGRESAR / A INGRESAR																						
	EL DECLARANT O PRESENTADOR / EL DECLARANTE O PRESENTADOR FIRMAT / FIRMADO <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 150px; height: 1.2em; vertical-align: middle;">16/09/2013</span>		IMPORT / IMPORTE <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 150px; height: 1.2em; vertical-align: middle;">0,00 €</span>																						
<b>D</b> ANGRES INGRESO	ENTITATS COL·LABORADORES: Banca, Fundació CRM, Cajamar, Banco de Valencia, Banco de Santander, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, La Caixa, CAM, Ibercaja, CatalunyaCaixa. ENTIDADES COLABORADORAS: Banca, Fundación CRM, Cajamar, Banco de Valencia, Banco de Santander, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, La Caixa, CAM, Ibercaja, CatalunyaCaixa.																								
	Aquest justificant d'ingrés no té validesa sense la certificació mecànica o la signatura autoritzada / Este justificante de ingreso no será válido sin la certificación mecánica o firma autorizada																								
A COMPLIR PER L'ENTITAT BANCÀRIA I A RELLENAR PER LA ENTITAT BANCÀRIA 93 BANC-SUCURSAL / BANCO-SUCURSAL <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 150px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>																									
		94 DATA INGRÉS / FECHA INGRESO <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 150px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>		95 IMPORT INGRESSAT / IMPORTE INGRESADO <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 150px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span>																					
Les dades de caràcter personal que conté l'imprès podran ser inclosos en un fitxer per al seu tractament per este òrgan administratiu, com a titular responsable del fitxer, en l'ús de les funcions pròpies que té atribuïdes i en l'àmbit de les seues competències. Així mateix, se li informa de la possibilitat d'exercir els drets d'accés, rectificació, cancel·lació i oposició, tot això de conformitat amb el que disposa la Llei Orgànica 15/1999, de Protecció de Dades de Caràcter Personal (BOE n.º 296, de 14/12/99). Los datos de carácter personal contenidos en este impreso podrán ser incluidos en un fichero para su tratamiento por este órgano administrativo, como titular responsable del mismo, en el uso de las funciones propias que tiene atribuidas y en el ámbito de sus competencias. Asimismo, se le informa de la posibilidad de ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, todo ello de conformidad con lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de Protección de Datos de Carácter Personal (BOE nº 296, de 14/12/99).																									